



UKSAD - IntJCSS

Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi

Internal Journal of
Cultural and Social Studies

Haziran ve Aralık
Aylarında Yayımlanan
Açık Erişimli Hakemli Dergi

*Biannual
(Published in June & December)
Open Access Peer-Reviewed Journal*

Cilt 11 | Volume 11
Sayı 1 | Issue 1
Haziran 2025 | June 2025

e- ISSN: 2458-9381

www.dergipark.org.tr/intjcass





UKSAD - IntJCSS

Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD),

Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD), Haziran ve Aralık olmak üzere yılda iki kere Dergipark platformu üzerinden yayımlanan Uluslararası Bilimsel Hakemli bir dergidir.

International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)

International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS), is an International Refereed Scientific Journal published biannually in June and December via JournalPark (Dergipark) platform.

<https://dergipark.org.tr/intjcscs>



BAŞ EDITÖR / EDITOR IN CHIEF

Prof. Dr. Mutlu Türkmen

Prof. Dr. Ali Murat KIRIK

EDİTÖRLER/ EDITORS

Dr. Öğr. Üyesi İsmail TAŞAR
Dr. Öğr. Üyesi Selim BEYAZYÜZ
Öğr. Gör. Dr. Mustafa BÖYÜK
Öğr. Gör. Hatice ÖKSÜZ
Arş. Gör. Atakan GÖKTEPE
Arş. Gör. Yasin YAVUZ
Arş. Gör. Yekta Göksel OĞUR

BİLİM KURULU / SCIENTIFIC BOARD

Prof. Dr. Mutlu TÜRKMEN, Bayburt University, TURKEY
Prof. Dr. Ahmet Kamil CİHAN, Erciyes University, TURKEY
Prof. Dr. Asife ÜNAL, Bartın University, TURKEY
Prof. Dr. Aynur CİVELEK, Aydın Adnan Menderes University, TURKEY
Prof. Dr. Bülent GÜRBÜZ, Ankara University, TURKEY
Prof. Dr. Mehmet AKGÜL, Necmettin Erbakan University, TURKEY
Prof. Dr. Murat KUL, Bayburt University, TURKEY
Prof. Dr. Mustafa AY, Selçuk University, TURKEY
Prof. Dr. Mustafa HİZMETLİ, Bartın University, TURKEY
Doç. Dr. Bekir DİREKÇİ, Akdeniz University, TURKEY
Doç. Dr. Ufuk TÖMAN, Trabzon University, TURKEY
Dr. Öğr. Üyesi Yunus ABDURAHİMOĞLU, Bartın University, TURKEY

YAYINCI / PUBLISHER

Mutlu TÜRKMEN

TASARIM / DESIGN

Güngör DOĞANAY

WEB YÖNETİCİSİ /WEB ADMIN

Ali ALTUNAY

HALKLA İLİŞKİLER / PUBLIC AFFAIRS

Ali Murat KIRIK

WEB & EMAIL

<https://dergipark.org.tr/intjcss> & muratmilef@gmail.com, turkmenm@yahoo.com



İçindekiler/ Contents

İlhan Turan
Hatice Uysal
Tuğçe Kabil

01

Ortaokul Öğrencilerinin Çevresel Davranış, Duygu, Düşünme ve İstekliliklerinin Geri Dönüşüm Uygulamalarına Etkileri (Rize İli Örneği)

İletişimsel Perspektiften İran Filmlerinin Kültürleşme Stratejileri Bağlamında İncelenmesi: Baran ve Bisikletçi Filmleri

20

Merve Erdoğan
Esma Yıkmaz

Türker Söğütölüler

40

The Commodification of Nostalgia: Tracing the Past in Streaming Services

Sömürgeci Demokrasiye Afrika'da Medya Mücadelesi: Çad Medyasının Tarihi Seyri

62

Ahmad Ibrahim Badji
Selman Selim Akyüz

Vural Çiftçi
Murat Başarır

73

Doktor-Tıbbi Müessil İletişiminde Halkla İlişkiler Ortam ve Araçlarının Rolü: Uygulamalı Bir İnceleme

Tasavvufi Tecrübede Empati Anlayışı ve Carl Rogers'ın Terapötik Empati Modeli: Mevlânâ, Şems-i Tebrizî ve Yunus

89

Abdullah Türkmen

Berrin Aslan Öztezcan
Ahmet Çetinkaya

114

Teknostres ile Sosyal Medya Yorgunluğu ve Süreksiz Kullanım Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Ne Doğu Ne Batı: Kezban Filmleri Üzerinden Türkiye'nin Toplumsal ve Kültürel Dönüşümünde Modernleşmenin İzleri

140

Sezin Doğan

Bahar Keskin
Nazmi Ekin Vural

154

Dijital İletişim Teknolojileri Gölgesinde Tek Tipleşen Birey



Ortaokul Öğrencilerinin Çevresel Davranış, Duygu, Düşünme ve İstekliliklerinin Geri Dönüşüm Uygulamalarına Etkileri (Rize İli Örneği)

The Effects of Secondary School Students' Environmental Behavior, Emotions, Thinking and Wants to Recycling Applications (The example of Rize Province Example)

İlhan Turan,^a Hatice Uysal^b Tuğçe Kabil^c

^a Prof. Dr. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Rize, Türkiye.
ilhan.turan@erdogan.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5690-8550

^b Araştırmacı, Bir Kuruma Bağlı Değildir
uysallhaticee@gmail.com
ORCID: 0000-0002-8250-7651

^c Araştırmacı, Bir Kuruma Bağlı Değildir
tugcekbil97@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3555-296X

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 30.11.2022

Düzeltilme tarihi: 26.06.2025

Kabul tarihi: 27.05.2023

Anahtar Kelimeler:

Ortaokul,

Çevresel Davranış,

Duygu,

Geri Dönüşüm Uygulamaları

ÖZ

Günümüzde çevre sorunları dünyayı tehdit eder hale gelmiştir. Bu çevre sorunları insanların davranışlarını farklı şekillerde etkilemektedir. Doğal kaynakların kullanılması konusunda yetersiz bilgiye ve isteksizliğe sahip olunması çevresel sorunlara yol açmaktadır. İnsanın çevreyi koruyabilmesi için bireylerin eğitilmesi ve bilinçlendirmeleri önem arz etmektedir. Geri dönüşümün çevre kirliliğinin önlenmesinde etkisi büyüktür. Geri dönüşüm eğitimi, çocuklara küçük yaştan itibaren verilmeli ve geri dönüşüm bilincine sahip bireyler olarak yetiştirilmeleri sağlanmalıdır. Çevreye duyarlı bireyler yetiştirmede okulun önemi büyüktür. Okulda aldığı çevre dersleri, etkinlikler, öğretmenlerinin çevreye karşı tutum ve davranışları öğrencileri çevreye karşı düşüncelerini etkilemektedir. Bu çalışmanın amacı, öğrencilerin çevresel davranış, duygu, düşünme ve istekliliklerinin geri dönüşüm için yaptıkları işlere katkılarını öğrenmektir. Çalışma, Rize'nin Merkez ve Çayeli'nde Ortaokullarda öğrenim gören 5, 6, 7 ve 8. Sınıf öğrencilerinden 380 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Yücel, (2014) tarafından geliştirilen, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeği öğrencilere online olarak uygulanmıştır. Ayrıca bu öğrencilerden 32 öğrenciye 5 açık uçlu soru sorularak cevaplaması istenmiştir. Çalışma, 2021-2022 Eğitim Öğretim Yılı Güz Dönemi'nde yapılmıştır. Araştırma verileri nicel ve nitel veri istatistik yöntemleri ile analiz edilmiştir. Bu kapsamda t testi ve ANOVA testinden yararlanılmıştır. Ayrıca açık uçlu sorular için nitel veri analizi yapılmıştır. Araştırmanın nicel bölümünde, çevresel davranış, duygu, düşünme ve isteklilikleri bakımından cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark bulunamamıştır. Buna karşılık sınıf düzeyinde ve babanın eğitim düzeyinde anlamlı farklara rastlanılmıştır. Diğer taraftan araştırmanın nitel araştırma verileri ortaokul öğrencilerinin geri dönüşüm konusunda bilinç düzeyinin iyi olduğunu göstermektedir.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 30.11.2022

Received in revised form: 26.06.2025

Accepted: 27.06.2025

Keywords:

Secondary School,

Environmental Behaviours,

Emotion,

Recycling Practices

ABSTRACT

Today, environmental problems have become a threat to the world. These environmental problems affect people's behaviour in different ways. Insufficient knowledge and reluctance to use natural resources cause environmental problems. In order for people to protect the environment, it is important to educate and raise awareness of individuals. Recycling has a great impact on preventing environmental pollution. Recycling education should be given to children from a young age and they should be raised as individuals with recycling awareness. School is of great importance in raising environmentally sensitive individuals. The environmental lessons, activities, and teachers' attitudes and behaviours towards the environment affect the students' thinking about the environment. The purpose of this study is to learn the contributions of students' environmental behaviours, emotions, thinking and willingness to their work for recycling. The study was carried out with 380 students from 5th, 6th, 7th and 8th grade students studying at Middle Schools in Rize and Çayeli. The study was conducted in the Fall Semester of the 2021-2022 Academic Year. Research data were analysed

with quantitative and qualitative data statistical methods. In the study, the Environmental Attitude Scale towards Secondary School Students, developed by Yücel and Özkan (2014), was applied online to the students. In addition, these students were asked to answer 5 open-ended questions to 32 students. The research data were analysed with quantitative and qualitative data statistical methods. In this context, t test and ANOVA test were used. In addition, qualitative data analysis was performed for open-ended questions. In the quantitative part of the study, no significant difference was found for the gender variable in terms of environmental behaviour, emotion, thinking and willingness. On the other hand, significant differences were found in class level and father's education level. On the other hand, qualitative research data show that secondary school students have a good level of awareness about recycling.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Turan, İ., Uysal, H., Kabil, T. (2025). Ortaokul Öğrencilerinin Çevresel Davranış, Duygu, Düşünme ve İstekliliklerinin Geri Dönüşüm Uygulamalarına Etkileri (Rize İli Örneği). *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 11 (1), s. 1-19.

Giriş

Doğal kaynakların sınırlı oluşu nedeniyle kaynakların doğru ve etkin kullanılması dünya üzerinde yaşayan insanların artık ortak bir amacı haline gelmiştir. Dünyada hızla gelişen sanayi ve artan nüfus büyük bir çevre kirliliğine sebep olmaktadır. Bu çevre kirliliğinin önleyici tedbirler alınarak azaltılması için yapılacak çalışmaların arasında geri dönüşümün önemli bir yeri bulunmaktadır. Yeniden değerlendirilme imkânı olan atıkların çeşitli işlemlerden geçirilerek hammaddeye ya da yan ürününe dönüştürülerek tekrar üretime katılmasına geri dönüşüm denir (Çimen ve Yılmaz, 2012). Milyonlarca insanın aynı dünyada yaşadığı düşünüldüğünde atık ürünlerin geri dönüşüm projeleriyle tekrar kullanıma kazandırılmasının hem toplum hem de çevre korumacılığı açısından önemli katkılar sağladığı bilinmektedir. Geri dönüşüm hem doğanın hem de kaynakların korunması hususunda büyük önem taşımaktadır. Dünya üzerinde gittikçe artış gösteren nüfus sebebiyle maden kaynakları, ormanlar, su ve petrol gibi doğal kaynaklar tüketilmektedir. Bu noktada geri dönüşüm ile mevcut doğal kaynaklar daha uzun süreyle kullanılabilir; tüketmeden yeni ürünler elde edebilir. Geri dönüşümün, doğal kaynakların tüketim üzerindeki bu avantaj doğal alanların bozulmadan korunmasına büyük ölçüde katkı sağlamaktadır. Örneğin; binlerce ton kâğıdın kazanılması ile birçok ağacın kesilmesine engel olunabilir ve yeşil bir çevre topluma kazandırılabilir. Atık üretimi ve kaynak tüketimini azaltmanın en önemli yolu geri kazanım ve yeniden kullanımdır. Üretim ve tüketim sonrasında oluşacak atıklar yeniden değerlendirilebilir. Kaliteli ham madde ya da yan ürün elde edilebilir, yeniden kullanılabilir, enerji elde edilebilir (Meriç ve Kayranlı, 2003). Bu kapsamda özellikle evlerde kullandığımız kâğıt, teneke, cam gibi ürünler geri dönüştürülebilir ürünlerdir.

Atık maddelerin azaltılması, ayrıştırılması ve geri dönüşüme gönderilmesinde bireylerin önemli görevleri ve hatta önemli sorumlulukları bulunmaktadır (Karatekin, 2013). Böylelikle, aile, okul, kurumlar, sosyal medya dâhil öğrencilerde çevre bilincinin kazandırılmasında her kesime önemli görevler düşmektedir (Çelik, 2011). Dünyanın her tarafında ortaya çıkan gelişmeleri takip eden insanların istekleri ve ihtiyaçları sürekli bir değişim içindedir. Bu istek ve ihtiyaçlara cevap vermek isteyen insanlar teknolojik ürünler kullanmakta bu da çevre kirliliği ve çevre sorunlarına yol açmaktadır. Ortaya çıkan çevre kirliliği insan dâhil bütün canlıları olumsuz etkilemektedir. Hâlbuki temiz bir çevre olduğu takdirde insanlar daha mutlu ve refah içinde yaşayacaktır (Katırcıoğlu, 2019). Atıkların bir çevre kirleticisi olarak rol üstlenmelerinin önüne geçmek için atıkları defalarca tekrar kullanmak önemlidir. Ayrıca bu yaklaşımla doğal kaynakların limiti de korunmuş olur. Bu yönde düşünüldüğünde, öğrenciler geri dönüşüm ile bilgilendirildiğinde onlara çok şey öğretilir. Bununla birlikte çevreye karşı kendilerinde var olan duygu ve davranışların ortaya çıkarılması son derece önemlidir (Ceylan ve Yiğit 2019). Geri dönüşümün etkili bir şekilde sağlanabilmesi özellikler öğrencilerin davranışlarında bu yönde bir isteklilik oluşturmalarına önemli ölçüde bağlıdır.

Çünkü duygu ve düşünceleri öğrencilerin bu yönde eğitilmediğinde öğrencilerin kirlilik karşısında kendilerine daha pratik olan “at kurtul” mantığını işletecektir. Böyle bir durumda ise çevre kirliliğinin önlenmesi zorlaşacaktır.

Geri dönüşümün etkili bir şekilde yapılabilmesi her şeyden önce öğrencenin çevreye bakışı daha doğrusu onun tutumu ile ilgilidir. Tutum, bir nesneye ilişkin duygu, düşünce ve davranışlardan oluşmaktadır. Ancak, bu boyutlar birbirlerinden bağımsız değildir (Uzun, Sağlam 2006). Tutum, bir kimsenin herhangi bir eşya, olay, insan veya insan grubuna ve davranışa karşı olumlu ya da olumsuz davranış eğilimidir (Turgut ve Baykul, 2010). Likert tipi tutum ölçeklerinde, yazılan tutum maddelerinin, tutum ile ilgili olabilecek yaşantılarda yer alan düşünsel, duyuşsal ve davranışsal öğelerin tümünü veya ölçülmek istenen boyutunu kapsaması gerektiği belirtilmektedir (Tavşancıl, 2010). Ayrıca alan yazında, ilkökul ve üniversite öğrencilerinin çevresel tutumlarını belirlemeye yönelik çeşitli ölçeklerin mevcut olduğu da görülmüştür (Okur ve Yalçın Özdelek, 2012; Berberoğlu ve Uygun, 2012; Sağlam ve Demirci Güler, 2013; Yaşaroğlu ve Akdağ, 2013). Çevresel davranış, duygu, düşünme ve isteklilikler kişinin çevreye olan tutumlarının belirlenmesinde önemli bir özelliktir. Bu bağlamda kişi önem arz ettiği konulara duyguları ve duyu organları ile müdahale ederek bir tutum içerisine girmektedir (Kahyaoğlu ve Kırıktas, 2015).

Domina ve Koch (2002), geri dönüşüm davranışlarının, insanların çevresel motivasyonlarının artmasında etkili bir rol oynadığını belirtmektedir. Vining ve Ebreo (1989), geri dönüşüme yönelik bilgi edinimi olan bireylerin diğer çevre konularında da yüksek bilgiye ulaştığını ortaya koymuştur. Haron ve ark (2005), geri dönüşümün bilinç kazanmadaki etkisinden söz ederek çocukların bu bağlamda eğitiminin oldukça önemli olduğunu vurgulamıştır. Diğer taraftan, geri dönüşümün çevre korumacılığa katkısının her daim olabilmesi için, sürdürülebilir geri dönüşüm ilkesi benimsenmelidir (Troschinetz ve Mihelcic, 2009). Alan yazındaki bu görüşlerin yanında, Milli Eğitim Bakanlığı ortaokul öğretim programlarında geri dönüşümü oldukça önemseyerek onunla ilgili kazanımlara yer vermiştir.

Bu bağlamda yapılan bu çalışma ile ortaokul öğrencilerinin çevreye ve geri dönüşüme bakış açısını belirleme açısından literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Öğrencilerin geri dönüşümle ilgili çevreye duyarlı bir birey olmaları ve farkındalık yaratmalarının toplumsal önemine vurgu yapılmıştır.

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki alt amaçlara cevap aranmıştır.

1. Ortaokul öğrencilerinin, çevresel davranış düşünme ve isteklilik düzeyleri a) cinsiyete, b) okudukları sınıfa ve c) ailenin eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
2. Öğrencilerin, okullarında ve yaşadıkları çevrede yürütülen geri dönüşüm uygulamalarına yönelik görüşleri nasıldır?

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma nicel ve nitel verilerin bir arada kullanıldığı karma yöntemle gerçekleştirilmiştir. Araştırmalarda karma yöntemler, nicel elde edilen verileri nitel yollar ile desteklemek amacı ile yapılır (Karasar, 2017). Araştırma deseni olarak nicel verilerin elde edilen nitel veriler yardımı ile desteklenmesini içeren açıklayıcı ardışık desen kullanılmıştır. Bu desenin amacı, nicel yoldan elde edilen verilerin örneklendirilerek daha

ayrıntılı bilgilere ulaşmaktır (Creswell, 2014). Bu aşamada, öğrencilerin çevresel davranışları, duygu, düşünme ve istekliliklerinin geri dönüşüm uygulamalarına nasıl dönüştüğü incelenmiş; çevresel bilinç düzeylerinin geri dönüşüme yansıma biçimleri tespit edilmiştir.

2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini, 2021 – 2022 Eğitim-Öğretim yılında Rize ili merkezinde ve ilçelerindeki Millî Eğitim Bakanlığı'na ait ortaokullarda öğrenim gören 5, 6, 7 ve 8. sınıf öğrencileri oluşturmuştur. Araştırmanın çalışma grubunu ise Rize ve Çayeli'nde 7 ortaokulda öğrenim gören öğrenciler oluşturmuştur (Tablo 1). Araştırmanın nicel verileri için çalışma grubu, basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile tespit edilmiştir. Basit seçkisiz örneklemede bütün bireyler eşit ve bağımsız bir şekilde seçilme şansına sahiptir (Karasar, 2017). Nitel verileri elde etmek için çalışma grubu seçiminde kolay ulaşılabilir durum örnekleme tekniği baz alınmıştır. Bu örneklem maliyet ve kolay ulaşılabilirlik açısından pratiklik sağlayan bir örneklem türüdür (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Tablo 1. Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri

1.Cinsiyet	f	%
Kız	208	54,7
Erkek	172	45,3
2.Sınıf		
5	95	25,0
6	85	22,4
7	100	26,3
8	100	26,3
Anne Eğitim Durumu		
İlkokul	122	32,1
Ortaokul	90	23,7
Lise	110	28,9
Üniversite	58	15,3
Baba Eğitim Durumu		
İlkokul	90	23,7
Ortaokul	73	19,2
Lise	141	37,1
Üniversite	76	20,0
TOPLAM	380	100,0

Araştırmaya toplam 380 öğrenci katılmıştır. Bu öğrencilerin 208'i (%54,7) kız öğrenci; 172'sini (%45) erkek öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilerin sınıf düzeylerine bakıldığında 95 kişi (%25) 5.sınıfı; 85 kişi (%22,4) 6.sınıfı; 100 kişi (%26,3) 7.sınıfı; 100 kişi (%26,3) 8.sınıfı oluşturmaktadır. Anne eğitim durumunda ise, 122 kişinin (%32,1) ilkokul; 90 kişinin (23,7) ortaokul; 110 kişinin (%28,9) lise; 58 kişinin (%15,3) üniversite oluşturduğu görülmektedir. Babanın eğitim durumu incelendiğinde 90 kişinin (%23,7) ilkokul; 73 kişinin (%19,2) ortaokul; 141 kişinin (%37,1) lise; 76 kişinin (%20,0) üniversite olduğu görülmektedir.

2.3 Veri toplama:

Bu araştırmada veri toplama iki şekilde gerçekleştirilmiştir. Bunlardan ilki, Yücel, Özkan (2014) tarafından geliştirilen, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğidir. Ölçek iki alt ölçekten oluşmuştur. Veriler online alınmıştır. Ölçek kullanılırken gerekli izinler alınmıştır. İkinci olarak, ortaokul öğrencilerinin çevresel davranış, duygu, düşünme ve istekliliklerinin geri dönüşümüne olan etkisinin ne olduğunu tespit etmektir. Çalışmanın bu kısmı ise nitel yöntem ile gerçekleştirilmiş ve görüşmeler gönüllü öğrencilerin katılımı ile yapılmıştır. Bu amaçla 32 öğrenciye 5 adet açık uçlu soru sorulmuş bu cevaplar da online olarak alınmıştır. Bu sorular;

- 1.Evde ve çevrenizde geri dönüşüm uygulamalarına hangi katkıları sağlıyorsunuz?
- 2.Okulunuzda geri dönüşüm uygulamalarına hangi katkıları sağlıyorsunuz?
- 3.Geri dönüşümü olmayan ürünlerin çevreye olan etkileri hakkında neler biliyorsunuz?
4. Okulunuzda ve çevrenizde geri dönüşüm ile ilgili nasıl etkinlikler yapılmasını istersiniz?
5. Geri dönüşümün çevre korumacılığı açısından önemi hakkında ne düşünürsünüz?

2.4 Geçerlilik ve güvenirlik

İlk veri toplama aracı olan “Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeği” iki boyuttan oluşmaktadır. İlk alt boyut davranış, ikincisi ise, duygu düşünce ve eylemde isteklilik boyutunu kapsamaktadır. Birinci alt ölçeğin madde-toplam korelasyonlarının 0,37 ile 0,67 arasında olması iç tutarlılığının yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca Cronbach Alpha değeri 0,84; Gutman Split Half değeri 0,831 ve Spearman Brown katsayısı ise 0,83 olarak belirlenmiştir. İkinci alt boyutun madde-toplam puanları 0,30 ile 0,77 arasındadır ve bu sonuçlar iç tutarlılığının yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Cronbach Alpha değeri 0,81; Gutmann Split Half değeri 0,73 ve Sperman Brown 0,73 olarak belirlenmiştir. Bu bulgular ikinci alt ölçeğin güvenirliğinin de iyi olduğunu göstermektedir. Ayrıca son işlem olarak ölçeğin tamamının Cronbach Alpha değeri hesaplanmış ve 0,88 olduğu görülmüştür. Tarafımızca yapılan bu araştırmada ilk alt boyut olan davranış boyutu Cronbach Alpha değeri 0,81 olarak bulunmuştur. İkinci alt ölçekte yer alan duygu düşünce ve eylemde isteklilik boyutunun Cronbach Alpha değeri 0,73'tür. Bu değer 0.70 ve daha yukarıda bulunması güvenirlik için yeterlidir (Büyüköztürk, 2017).

Nitel veri analizi yapabilmek için oluşturulan görüşme formunun geçerlik ve güvenirliği ile ilgili olarak, önce nicel ölçeğin maddeleri tekrar gözden geçirilmiş, bu maddeleri genel olarak kapsayacak ve geri dönüşüme yansımalarına etkisi olabilecek nitelikte soruların hazırlanmasına karar verilmiştir. Bu doğrultuda üç öğrenci ile ön görüşmeler, yapılarak açık uçlu sorular hazırlanmıştır. Yine öğrencilerin ifadeleri değiştirilmeden makaleye yansıtılarak araştırmanın güvenirliği sağlanmıştır. İç geçerlilik

bağlamında, 3 öğretmen 4 akademisyenlerin uzman görüşlerine başvurulmuş nihayetinde tekrar 2 katılımcı teyiti alınarak açık uçlu sorulara son şekli verilmiştir. Böylece kapsam geçerliliği de sağlanan form 5 ayrı açık uçlu sorudan oluşturulmuştur. Diğer taraftan veri analizinde kodlama ve tema oluşturulurken Miles ve Huberman'ın (1994) Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) formülü uygulanmış ve güvenirlik değeri 0.88 olarak hesaplanmıştır.

2.5 Verilerin Analizi

Elde edilen veriler nicel ve nitel araştırma esaslarına göre analiz edilmiştir. Bu amaçla, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeği, ortaokul öğrencilerinden alınan demografik özellikler (cinsiyet, sınıf ve ailenin eğitim durumu) bazında verilerin normal dağılıma uygunluğu test edilmiştir. Verilerin normal dağıldığı görülmüştür. Veriler t testi ve ANOVA ile analiz edilmiştir. Nitel verilerin analizinde ise bireylerin görüşleri ortak temalar altında toplanarak kategorize edilerek ve kodlama yapılarak değerlendirilmiştir. Nitel verilerin analizinde Creswell (2014) ilke ve prensipleri baz alınmıştır.

3. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde ilk olarak nicel veriler analiz edilmiştir. Buna bağlı olarak parametrik analiz gerçekleştirebilmek için Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğinin davranış ve duygu, düşünce ve eylemde isteklilik boyutlarının cinsiyet, sınıf anne ve babanın eğitim durumları değişkenlerinin normal dağılıp, dağılmadığına bakılmıştır (Tablo 2 ve Tablo 3).

Tablo 2. Veri Toplama Aracının Davranış Boyutuna Göre Çarpıklık ve Basıklık Analiz Sonuçları

Davranış		N	Çarpıklık		Basıklık	
			Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma
Cinsiyet	Kız	380	-,326	,169	-,534	,336
	Erkek	380	-,287	,185	,019	,368
Sınıf	5	95	,213	,247	-,530	,490
	6	85	-,438	,261	,203	,517
	7	100	-,443	,241	-,588	,478
	8	100	-,221	,241	-,690	,478
Anne	İlkokul	380	-,492	,219	-,227	,435
Eğitim	Ortaokul	380	-,135	,254	-,375	,503
Durumu	Lise	380	-,139	,230	-,659	,457
	Üniversite	380	-,635	,414	,474	,618
Baba	İlkokul	380	-,335	,254	-,646	,503
Eğitim	Ortaokul	380	-,225	,281	-,397	,555
Durumu	Lise	380	-,240	,204	-,410	,406
	Üniversite	380	-,446	,276	,287	,545

Tablo 3. Veri Toplama Aracının Duygu Düşünce ve Eylemde İsteklilik (DDEİ) Boyutuna Göre Çarpıklık ve Basıklık Analiz Sonuçları

DDEİ		N	Çarpıklık		Basıklık	
			Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma
Cinsiyet	Kız	208	-,602	,169	,630	,336
	Erkek	172	-,866	,185	1,888	,368
Sınıf	5	95	,034	,247	,015	,490
	6	85	-,586	,261	1,151	,517
	7	100	-,632	,241	-,019	,478
	8	100	-,989	,241	1,898	,478
Anne	İlkokul	122	-1,233	,219	1,765	,435
Eğitim	Ortaokul	90	-,786	,254	1,375	,503
Durumu	Lise	110	-,105	,230	-,272	,457
	Üniversite	58	-,222	,314	,182	,618
Baba	İlkokul	90	-,311	,254	,047	,503
Eğitim	Ortaokul	73	-1,154	,125	1,654	,555
Durumu	Lise	141	-,305	,125	-,949	,204
	Üniversite	76	-,062	,276	,353	,545

Değerlerin -1,96 ve + 1,96 arasında değiştiği görüldüğünden dağılımın normal olduğu kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2017). Bu nedenle cinsiyet için testinin, sınıf anne ve babanın eğitim durumu içinse tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmasının uygun olduğuna karar verilmiştir

Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular: Bu bölümde cinsiyet, sınıf düzeyi ve ailenin eğitim durumuna göre yapılan karşılaştırmalardan elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

a) Cinsiyet değişkenine ilişkin bulgular

Bu kapsamda ilk olarak cinsiyet değişkeni ele alınmıştır. Kız ve erkek öğrencilerin davranış boyutuna verdiği cevaplar t testine göre ele alındığında (Tablo 4); kız öğrencilerin ($x=3,55$) ve erkek öğrencilerin ($x=3,51$) ortalama puana sahip olduğu ve cinsiyet bakımından ortaokul öğrencileri arasında anlamlı bir farkın olmadığı anlaşılmaktadır ($t=,613$; $p>0,05$).

Tablo 4. Cinsiyet Değişkeninin Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğinin davranış boyutu göre t testi analiz sonuçları

Grup	N	Ortalama	Ss	t	df	p
Kız	208	3,55	,675	,613	378	,540
Erkek	172	3,51	,667			

Cinsiyet değişkeni duygu düşünce ve eylemde isteklilik boyutuna göre t testi sonuçları analiz edildiğinde (Tablo 5), kız öğrencilerin ($x=3,26$) ve erkek öğrencilerin ($x=3,24$) ortalama puana sahip olduğu ve cinsiyet bakımından ortaokul öğrencileri arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı görülmektedir ($t=,559$; $p>0,05$).

Tablo 5. Cinsiyet Değişkeninin Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğinin duygu, düşünce ve eylemde isteklilik boyutuna göre t testi analiz sonuçları

Grup	N	Ortalama	Ss	t	df	p
Kız	208	3,26	,403	,559	378	,576
Erkek	172	3,24	,441			

b) Sınıf değişkenine ilişkin bulgular

Ortaokul öğrencilerinin davranış boyutu sınıf düzeyinde, ANOVA tekniği ile analiz edilmiştir (Tablo 6). Davranış boyutu bakımından ortaokul öğrencileri arasında anlamlı fark bulunmuştur. Anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu tespit için yapılan scheffe testi sonuçları anlamlı farkın 5 ve 8. Sınıf öğrencilerinde olduğunu ortaya koymaktadır (5.sınıf, $x=3,69$; 8.sınıf, $x=3,40$; $F=,668$; $p<0,05$).

Tablo 6. “Sınıf Düzeyinin, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğinin davranış boyutuna” göre Analiz Sonuçları

Gruplar		ANOVA		Scheffe Testi	
				Anlamlı Fark	
	Sınıf N	X	Ss	F	p
Davranış	5 95	3,69	,57	,316	.025
	6 85	3,50	,63		
	7 10	3,55	,74		
	8 10	3,40	,68		

* $P<.05$

Çalışmada yine sınıf düzeyinde, duygu, düşünce ve eylemde isteklilik boyutuna göre de ANOVA tekniği ile analiz yapılmıştır (Tablo 7). Davranış boyutu bakımından ortaokul öğrencileri sınıf düzeyinde anlamlı bir fark bulunmuştur. Anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu tespit için yapılan scheffe sonuçları anlamlı farkın 5 ve 8. Sınıf öğrencilerinde olduğunu ortaya koymaktadır (5.sınıf, $x=3,32$; 8.sınıf, $x=3,12$; $F=4,78$; $p<0,05$).

Tablo 7. “Sınıf Düzeyinin, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğinin duygu, düşünce ve eylemde isteklilik boyutuna (DDEİ)” göre Analiz Sonuçları

Gruplar		ANOVA		Scheffe Testi	
				Anlamlı Fark	
	Sınıf N	X	Ss	F	p
DDEİ	5 95	3,32	,34	4,78	.025
	6 85	3,30	,39		
	7 100	3,27	,43		
	8 100	3,12	,46		

* $P<.05$

c) Ailenin eğitim durumu değişkenine ilişkin bulgular

Bu bağlamda ele alınan bir başka konu “Annenin Eğitim Düzeyinin, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğinin davranış boyutuna göre değerlendirilmesidir (Tablo 8). Yapılan analizlerde, Annenin eğitim düzeyi ile davranış boyutu arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır ($F=1,126$; $p>0,05$).

Tablo 8. “Annenin Eğitim Düzeyinin, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğinin davranış boyutuna” göre Analiz Sonuçları

Gruplar		ANOVA	
	Mezuniyet Ss	N	X
Davranış	İlkokul	122	3,61
			,73
			1,126
			,339

Boyutu	Ortaokul	90	3,44	,61
	Lise	110	3,50	,66
	Üniversite	58	3,53	,67

* $p>0,05$

Annenin eğitim düzeyinin, duygu, düşünce ve eylemde isteklilik boyutuna göre değerlendirdiğimizde de anlamlı bir fark ortaya çıkmamıştır ($F=2,52$; $p>0,05$) (Tablo 9).

Tablo 9. “Annenin Eğitim Düzeyinin, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğinin duygu, düşünce ve eylemde isteklilik (DDEİ) boyutuna” göre Analiz Sonuçları

Gruplar		ANOVA				
	Mezuniyet Ss	N	X		F	p
DDEİ Boyutu	İlkokul	122	3,29	,46	2,52	,057
	Ortaokul	90	3,21	,42		
	Lise	110	3,30	,36		
	Üniversite	58	3,14	,37		

* $p>0,05$

Babanın eğitim düzeyi davranış boyutuna göre değerlendirildiğinde anlamlı bir sonuç ortaya çıkmıştır (Tablo 10). Yapılan ANOVA ve scheffe testi analizlerinde, ilkokul mezunu olan babanın çocukları ($x=3,78$) çevresel davranış boyutunda üniversite mezunu olan babaların çocuklarına ($x=3,48$) göre daha pozitif sonuç sergilemişlerdir ($F=6,46$; $p<0,05$).

Tablo 10. “Babanın Eğitim Düzeyinin, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğinin davranış boyutuna” göre Analiz Sonuçları

Gruplar		ANOVA					Scheffe Testi
							Anlamlı Fark
	Mezuniyet Ss	N	X		F	p	
Davranış Boyutu	İlkokul	90	3,78	,61	6,46	,000	İlkokul-Üniversite
	Ortaokul	73	3,33	,68			
	Lise	141	3,51	,67			
	Üniversite	76	3,48	,63			

* $P<0,05$

Babanın eğitim düzeyi duygu, düşünce ve eylemde isteklilik boyutuna göre değerlendirildiğinde anlamlı bir sonuç ortaya çıkmıştır. (Tablo 11). Yapılan analizlerde, (ANOVA, scheffe test) ilkokul mezunu olan babanın çocukları ($x=3,39$) çevresel duygu, düşünce ve eylemde isteklilik boyutunda üniversite mezunu olan babaların çocuklarına ($x=3,17$) göre daha pozitif sonuç sergilemişlerdir ($F=6,64$; $p<0,05$).

Tablo 11. “Babanın Eğitim Düzeyinin, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Çevresel Tutum Ölçeğinin Duygu, düşünce ve eylemde isteklilik (DDEİ) boyutuna” göre Analiz Sonuçları

Gruplar		ANOVA					Scheffe Testi
							Anlamlı Fark

	Mezuniyet Ss	N	X	F	p	
DDEİ	İlkokul	90	3,39 ,37	6,64	,004	5.sınıf-
	Ortaokul	73	3,20 ,43			8.Sınıf
	Lise	141	3,23 ,44			
	Üniversite	76	3,17 ,37			

*P<.05

İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular:

Nitel verilerin çözümlemesi ise şu şekilde gerçekleştirilmiştir.

Öğrencilere açık uçlu soru olarak ilk olarak “Evde ve çevrenizde geri dönüşüm uygulamalarına hangi katkıları sağlıyorsunuz?” sorusu sorulmuştur (Tablo 12). Ortaokul öğrencilerinin bu soruya verdikleri yanıtlar 5 kategoride toplanmıştır. “Kırtasiye malzemelerini geri dönüşüme atarım” diyen öğrenci sayısı 24; “Plastik malzemeleri geri dönüşüme atarım.” diyen öğrenci sayısı 8; “Camları geri dönüşüme atarım.” diyen öğrenci sayısı 5; “Pilleri geri dönüşüme atarım.” diyen öğrenci sayısı 7; evsel atıkları geri dönüşüme atarım diyen öğrenci sayısı 8 dir (Tablo 12). Öğrencilerin verdikleri cevaplar birçok kategoriye kapsamaktadır. Bu nedenle frekans değerleri mevcut cevap veren öğrenci sayısından fazla çıkmaktadır.

Tablo 12: “Evde Ve Çevrenizde Geri Dönüşüm Uygulamalarına Hangi Katkıları Sağlıyorsunuz?” Soruna İlişkin Öğrenci Cevapları

Kategoriler	Kodlar	f
1-Kırtasiye malzemeleri	Ö1,Ö2,Ö3,Ö4,Ö5,Ö7,Ö8,Ö9,Ö12,Ö14,Ö15,Ö17,Ö19,Ö20,Ö21,Ö23,Ö24,Ö25,Ö26,Ö27,Ö28,Ö29,Ö30.Ö32	24
2-Plastik	Ö3,Ö4,Ö6,Ö13,Ö15,Ö16,Ö17,Ö25	8
3-Cam	Ö4,Ö17,Ö24,Ö25,Ö31	5
4-Pil	Ö4,Ö12,Ö15,Ö18,Ö22,Ö23,Ö28	7
5-Evsel atık)	Ö1,Ö2,Ö5,Ö8,Ö10,Ö11,Ö22,Ö28	8
Toplam		52

Öğrencilerin bu soruya verdikleri yanıtlardan bazı örnekler aşağıda sunulmuştur.

“Kâğıt cam atık pil cam şişe naylon atık geri dönüşüme atıyorum.”(Ö4)

“Kâğıt ve pilleri geri dönüşüme atıyorum.”(Ö12)

“Cam, plastik, kâğıt gibi atık malzemelerimizi mahallemizdeki atık kutuların atıyoruz.”(Ö17)

“Evde kullanılmayan kıyafetleri geri dönüşüm kutularına atıyorum ve atık pilleri toplayıp geri dönüşüm kutularına atıyorum.”(Ö22)

“Kâğıt, pil, kıyafet geri dönüşüme vererek katkı sağlıyorum.”(Ö28)

Öğrencilere açık uçlu soru olarak ikinci olarak “Okulunuzda geri dönüşüm uygulamalarına hangi katkıları sağlıyorsunuz?” sorusu sorulmuştur (Tablo 13). Ortaokul öğrencilerinin bu soruya verdikleri yanıtlar 3 kategoride toplanmıştır. “Kâğıtları geri dönüşüme atarım.” diyen öğrenci sayısı 28; “Pilleri geri dönüşüme atarım.” diyen öğrenci sayısı 12; “Su şişesi kapaklarını biriktiririm.” diyen öğrenci sayısı 3’tür (Tablo 13). Öğrencilerin verdikleri cevaplar birçok kategoriye kapsamaktadır. Bu nedenle frekans değerleri mevcut cevap veren öğrenci sayısından fazla çıkmaktadır.

Tablo 13. “Okulunuzda Geri Dönüşüm Uygulamalarına Hangi Katkıları Sağlıyorsunuz?” Soruna İlişkin Öğrenci Cevapları

Kategoriler	Kodlar	f
1-Kâğıt	Ö1,Ö2,Ö3,Ö4,Ö5,Ö6,Ö7,Ö8,Ö11,Ö12,Ö13,Ö14,Ö15,Ö16,Ö17,Ö18,Ö19,Ö20,Ö21,Ö22,Ö23,Ö24,Ö25,Ö26,Ö28,Ö29,Ö30.Ö31	28
2-Pil	Ö2,Ö7,Ö8,Ö9,Ö12,Ö18,Ö23,Ö27,Ö28,Ö29,Ö30.Ö32	12
3-Su şişesi kapağı	Ö2,Ö15,Ö29	3
Toplam		43

Öğrencilerin bu soruya verdikleri yanıtlardan bazı örnekler aşağıda sunulmuştur.

“Su şişesi kapakları, kullanılmış piller ve kâğıtları kendilerine özel geri dönüşüm kutularına atıyorum.”(Ö2)

“A4 kâğıtlarımızı veya fotokopilerimizi geri dönüşüm kutusuna atıp yeni kâğıtlara dönüşmesi için katkı sağlıyorum.”(Ö11)

“ Kâğıtları kullanılmış defterleri geri dönüşüm kutularına atıyorum.”(Ö17)

Atık pilleri geri dönüşüme vererek katkı sağlıyorum.”(Ö27)

“Kullanılmış kâğıtları ve pilleri geri dönüşüme atarak katkı sağlarım.”(Ö30)

Öğrencilere açık uçlu soru olarak üçüncü olarak Geri dönüşümü olmayan ürünlerin çevreye olan etkileri hakkında neler biliyorsunuz?” (Tablo 14) sorusu sorulmuştur. Ortaokul öğrencilerinin bu soruya verdikleri yanıtlar 6 kategoride toplanmıştır. “Uzun süre doğada kalmaları” diyen öğrenci sayısı 3; “Sağlığa zararlı diyen öğrenci sayısı 1”; “Çevreyi kirletiyor.” diyen öğrenci sayısı 17; “Hayvanlara zarar veriyor.” diyen öğrenci sayısı 3; “Küresel ısınmaya neden oluyor” diyen öğrenci sayısı 1; “Bilmiyorum” diyen öğrenci sayısı 9’dur (Tablo 14).

Tablo 14: “Geri Dönüşümü Olmayan Ürünlerin Çevreye Olan Etkileri Hakkında Neler Biliyorsunuz?” Sorusuna İlişkin Öğrenci Cevapları

Kategoriler		f
1-Uzun süre doğada kalmaları	Ö1,Ö7,Ö22	3
2-Sağlığa zararlı	Ö16	1
3-Çevreyi kirletiyor	Ö1,Ö2,Ö3,Ö6,Ö10,Ö11,Ö12,Ö15,Ö16,Ö20,Ö23, Ö24,Ö25,Ö26,Ö29,Ö31,Ö32	17
4-Hayvanlara zarar veriyor (	Ö4,Ö28,Ö30	3
5-Küresel ısınmaya neden oluyor)	Ö18	1
6-Bilmiyorum	Ö5,Ö8,Ö9,Ö13,Ö14,Ö17,Ö19,Ö21,Ö27	9
Toplam		34

Öğrencilerin bu soruya verdikleri yanıtlardan bazı örnekler aşağıda sunulmuştur.

“Doğada yıllarca kaldıkları için suları ve de toprağı kirlettiği ve de dolaylı olarak havayı da kirlettiğini biliyorum.”(Ö1)

“Hayvanlara verilen zararı biliyorum.”(Ö4)

“Çevreye ve ilerde de dünyaya ve sağlığımıza zararlı.”(Ö16)

“Çevreyi kirlettiğini ve çevreye zarar verdiğini biliyorum.”(Ö20)

“Doğaya zarar verdiğini biliyorum.”(Ö31)

Öğrencilere açık uçlu soru olarak dördüncü olarak “Okulunuzda ve çevrenizde geri dönüşüm ile ilgili nasıl etkinlikler yapılmasını istersiniz? (Tablo 15) Sorusu sorulmuştur. Ortaokul öğrencilerinin bu soruya verdikleri yanıtlar 6 kategoride toplanmıştır. “Çevresel etkinlik” diyen öğrenci sayısı 14; “Haber ve duyurular yapılmalı” diyen öğrenci sayısı 2; “Tohumların yere atılmayıp tekrar toprağa verilmesi” diyen öğrenci sayısı 1; “Yeterli geri dönüşüm kutularının oluşturulması” diyen öğrenci sayısı 12; “Çevresel bilinç kazandırma” diyen öğrenci sayısı 2; “İnsanları uyarma” diyen öğrenci sayısı 1’dir (Tablo 15).

Tablo 15: “Okulunuzda ve Çevrenizde Geri Dönüşüm ile İlgili Nasıl Etkinlikler Yapılmasını İstersiniz?” Sorusuna İlişkin Öğrenci Cevapları

Kategoriler	Kodlar	f
1-Çevresel etkinlik	Ö2,Ö13,Ö15,Ö17,Ö18, Ö19,Ö20,Ö21,Ö22,Ö23, Ö25,Ö27,Ö28,Ö29	14
2-Haber ve duyurular yapılmalı	Ö1, Ö32	2
3-Tohumların yere atılmayıp tekrar toprağa verilmesi	Ö3	1
4-Yeterli geri dönüşüm kutularının oluşturulması	Ö4,Ö5,Ö6,Ö7,Ö9,Ö11, Ö12,Ö14,Ö16,Ö24,Ö2 Ö6,Ö30	12
5-Çevresel bilinç kazandırma	Ö8,Ö10	2
6-İnsanları uyarma	Ö31	1
Toplam		32

Öğrencilerin bu soruya verdikleri yanıtlardan bazı örnekler aşağıda sunulmuştur.

“Tüketilen meyvelerin çekirdeklerinin bir yerde toplanıp tekrar dikilmesi.”(Ö3)

“Çöp tenekelerinin yanında geri dönüşüm kutularının olmasını isterdim.(Ö11)

“Biz geri dönüşüm eşyaları okula getirelim okulda bize hediye versin.”(Ö22)

“Okulumla, doğayı gezip, geri dönüşüm ürünlerini toplayabiliriz.”(Ö29)

“Okulda her sınıftan 1-2 kişi seçip yere çöp atan herkesi uyarması.”(Ö31)

Öğrencilere açık uçlu soru olarak beşinci olarak “Geri dönüşümün çevre korumacılığı açısından önemi hakkında ne düşünürsünüz? (Tablo 16) Sorusu sorulmuştur. Ortaokul öğrencilerinin bu soruya verdikleri yanıtlar 6 kategoride toplanmıştır. “Sağlık açısından” diyen öğrenci sayısı 4; “Ekonomik kalkınma açısından” diyen öğrenci sayısı 4; “Geleceğe temiz çevre bırakma” diyen öğrenci sayısı 5; “Sürdürülebilir çevre diyen öğrenci sayısı 1; “Estetik ve temiz çevrenin oluşması” diyen öğrenci sayısı 12; “Fikri olmayan” öğrenci sayısı 6’dır (Tablo 16).

Tablo 16. “Geri Dönüşümün Çevre Korumacılığı Açısından Önemi Hakkında Ne Düşünürsünüz?” Sorusuna İlişkin Öğrenci Cevapları

Kategoriler	Kodlar	f
1-Sağlık açısından	Ö10, Ö23, Ö25, Ö28	4
2-Ekonomik kalkınma açısından	Ö9,Ö14,Ö18, Ö29	4
3-Geleceğe temiz çevre bırakma	Ö1,Ö2,Ö6,Ö20,Ö30	5
4-Sürdürülebilir çevre	Ö3	1
5-Estetik ve temiz çevrenin oluşması	Ö4,Ö5,Ö8,Ö12,Ö13,Ö15,Ö17,Ö19,Ö21,Ö24,Ö27,Ö31	12
6-Fikri yok	Ö7,Ö11,Ö16,Ö22,Ö26,Ö32	6
Toplam		32

Öğrencilerin bu soruya verdikleri yanıtlardan bazı örnekler aşağıda sunulmuştur.

“ Sürdürülebilir bir ortam oluşturduğu için çevrenin kalıcılığını artırır.”(Ö3)

“Tekrar kullanıldığı için ekonomik olarak iyi olur.”(Ö9)

“Atık azalır ve çevre daha güzel olur.”(Ö13)

“Dünyamız için faydalı olur. İlerde sağlıklı bir nesil ve dünya olur.”(Ö20)

“Gelecekte insanlar temiz bir çevrede yaşar.”(Ö30)

4.Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada ilk önce, ortaokul öğrencilerinin çevreye ilişkin tutumlarına ilişkin görüşleri iki boyut halinde irdelenmiştir. İlk boyut davranış boyutu ikinci boyut ise duygu, düşünce ve eylem isteklilik boyutudur. Cinsiyet boyutunda kız ve erkek öğrenciler arasında her iki boyutta da anlamlı bir fark görülmemiştir. Bu bulgu Soğukpınar ve Korucu (2019) yılında yapılan bulgular ile örtüşmektedir. Bununla birlikte, Kaya ve ark. (2009), lisede öğrenim gören öğrencilerin cinsiyetlerine göre çevresel davranışlarında anlamlı bir farklılık olduğunu, çevresel düşüncelerinde ise anlamlı bir farklılık olmadığını belirtmiştir.

Öğrencilerinin çevreye yönelik tutumları sınıf düzeyine göre araştırıldığında, anlamlı farklılıklar çıkmaktadır. Bu anlamlı farklılıklar 5.sınıf öğrencilerinin lehine olacak bir şekilde şekillenmiştir. Bu sonuçlar Soğukpınar ve Korucu (2019) da yapmış olduğu araştırma ile önemli ölçüde örtüştüğü ortaya

çıkılmaktadır. Demek oluyor ki öğrencilerin sınıf düzeyi yükseldikçe çevresel tutumu aşağıya doğru yani bir düşüş barındırmaktadır. Doğal olarak bu durum düşündürücüdür. Çevresel davranış (3,53), duygu, düşünme ve istekliliklerinin (3,25) puan ortalamaları yüksektir. Buradan öğrencilerin çevresel olgu ve olaylara bakış açılarında pozitif yönde hareket ettiği söylenebilir.

Öğrencilerin, çevresel davranış duygu, düşünme ve istekliliklerinin puan ortalamaları yüksekliğinin öğrencilerin geri dönüşüm uygulamalarına etkileri ise açık uçlu sorular vasıtası ile alınmıştır. Öğrenciler okulda geri dönüşüm uygulamalarının önemine dikkat çekmektedir. Bu araştırma bu yönü ile Topçu ve Atabey (2016) tarafından belirtilen okulda çevre eğitim uygulamalarına ve geri dönüşüm ile ilişkin görüşlerle önemli ölçüde örtüşmektedir. Miranda ve Blanco (2010), öğrencilerin çevresel davranış ve düşüncelerinin geri dönüşümü etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu ortaya koymuştur. Corrol-Verdugo. (2003); Nigbur ve ark. (2010), bireysel ve durumsal faktörlerin geri dönüşüm davranışları üzerindeki etkisini araştırarak öğrencilerin çevreye dönük pozitif tutumlarının onların geri dönüşüme olan ilgisini pekiştirdiğini açıklayarak bu makaleyle benzer sonuçlar elde etmişlerdir. Bakar (2012), Domina ve Koch, (2002); Altikolatsi ve ark. (2021); öğrencilerin çevresel farkındalıklarının geri dönüşümün nitelikli bir şekilde yapılmasında etkili bir oynadığını açıklamışlardır Öğrencilerin evde ve çevrelerinde geri dönüşüm olarak en çok kâğıt defter gibi kırtasiye malzemelerini, daha sonra plastik ve evsel atıkları geri dönüşümde kullandıkları tespit edilmiştir. Okullarında ise daha çok kâğıtları, bitmiş defter ve eskiyen kitapları geri dönüşüme attıkları atık pilleri de okula getirip geri dönüşüme verdikleri görülmüştür. Geri dönüşümü olmayan ürünlerin çevreye olan etkileri sorusunda öğrencilerin büyük çoğunluğu çevreyi kirlettiğinin farkındadır. Bu da çevre bilincinin yüksek olduğunu gösterir. Öğrencilerin bir kısmının fikri olmadığı görülmüştür.

Ortaokul öğrencilerinin çevresel davranış, duygu, düşünme ve istekliliklerinin durumu, anne eğitim seviyesi açısından anlamlı bir farka rastlanılmamıştır. Benzer sonuçlara Gökçe ve ark. (2007)'ın yaptığı çalışmada da rastlanılmıştır. Çalışmada, her iki boyutta da baba eğitim düzeyinde anlamlı farklılıklar ilkökul mezunu babalar lehine anlamlılık oluşturmıştır. Bu bulgu Sadık ve Çakan (2010) çalışması ile örtüşmektedir. Buna karşın Şenyurt ve ark. (2011) çalışmasında, babası lise mezun olanlar lehinde ortaya çıkmıştır. Bu bulgular, baba eğitim düzeyinin çevresel tutumu etkileyen önemli bir değişken olduğunu göstermektedir. Fakat bu konuda farklı sonuçlara rastlanılmaktadır. Örneğin bu çalışmada, babanın eğitim seviyesi ilkökul olan öğrencilerin ölçek puanları babaları üniversite mezunlarına göre daha yüksek ve anlamlıdır. Buna karşılık Aydın ve Çepni (2012) bunun tam tersi bir sonuç elde etmiştir. Sağır ve ark. (2008) de yaptığı çalışmada babanın eğitim düzeyinde anlamlı bir farka rastlamamış, fakat bu çalışmaya yakın bir şekilde baba eğitim seviyesi ilkökul olan öğrencilerin puanları babası ortaokul lise ve üniversite mezunu olan öğrencilerinden daha yüksektir. Aynı şekilde anlamlı fark olmamasına karşın bu çalışmada olduğu gibi öğrencilerin annesi ilkökul mezunu olanlar diğer mezun gruplarından daha fazla puana sahiptir. Bir farklı sonuç Erdem ve ark. (2019) tarafından bulunmuştur. Onlar, ilkökul 3. 4. Sınıf öğrencilerin ailelerin annelerinin eğitim düzeyi ilkökul olanların çevresel farkındalığını daha yüksek bulurken bu farkındalık babalar da ise üniversite mezunları lehine çıkmıştır. Bu verilerden çevre tutumunda ailenin eğitim seviyesindeki farklılığının çocuğun tutumuna mutlak etki etmesinin gerekmediği yargısına ulaşılabilmektedir.

Okulda ve çevrede geri dönüşüm etkinlikleri olarak öğrencilerin çevresel etkinliklere katılma isteklerinin olduğu görülmüştür. Diğer husus ise öğrencilerin yeterli geri dönüşüm kutularının olmadığını belirtmiş olmalarıdır. Geri dönüşümün çevre korumacılığı açısından önemini ise öğrenciler, temiz ve güzel bir çevrede yaşamak istediklerini açıklayarak ortaya koymaktadır. Soğancılar (2018) çalışmasında, öğrencilerin geri dönüşüm konusunda bilgi sahibi olduğu ve geri dönüşüm uygulamalarına katılım sağlamak istediklerini belirtmiştir. Çimen ve Yılmaz (2012) çalışmalarında, bu araştırma ile örtüşen bulgulara ulaşmıştır. Öğrencilerin geri dönüşümle ilgili bilgi sahibi oldukları, geri dönüşümlü ürünler

arasında en çok kâğıt kullandıkları belirlenmiştir. Bunun yanı sıra sosyal içerikli etkinliklerin öğrencilerin geri dönüşüm davranışlarını arttırdığı ve öğrencileri geri dönüşümlü ürünleri kullanmaya güdülediğini saptamışlardır. Kahyaoğlu ve Karataş (2015), ortaöğretim öğrencilerinin çevresel davranış ve düşünceleri ile bireysel değerler arasındaki ilişkiyi ortaya koyan pozitif yönde gösteren bulgulara ulaşmıştır.

Sonuç itibari ile bu araştırmamızda, ortaokul öğrencilerinin çevresel davranış, duygu, düşünme ve istekliliklerinin çevresel olgu ve olaylar karşısında önemli bir tutum içerisinde bulundukları, bu özelliklerde cinsiyetin etkili olmadığı, öğrencilerin hepsinin benzer tutum içerisinde oldukları ortaya çıkmıştır. Bu tutumların geri dönüşüm üzerinde olumlu izler bıraktığı da nitel veriler ile ortaya konmuştur.

Araştırmanın bulgularına bağlı olarak aşağıdaki öneriler getirilebilir.

1. Öğrencilerin geri dönüşüm etkinliklerine istekli oldukları belirlenmiştir. Bu yöndeki etkinliklerin sayısı artırılabilir.
2. Geri dönüşüm konusunda öğrencilerin farkındalıklarının geri dönüşümün niteliğini artırdığı göz önüne alınarak farkındalık yönündeki eğitime daha da önem verilebilir.
3. Öğrencilerin teorik çevre kirliliğine özgü düşüncelerinin uygulamaya dönüşmesi için çabalar olumlu sonuçlar verdiğinden uygulamalı etkinlikler sınıf içinde olduğu kadar sınıf dışında daha da çoğaltılarak düzenlenmelidir.

Teşekkür

Bu çalışma, TÜBİTAK 2209-A - Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri (2020) kapsamında gerçekleştirilen projeden üretilmiştir.

Kaynakça

- Altıkolatsi, E., Karasmanaki, E., Parissi, A., Tsantopoulos, G. (2021). Exploring the factors affecting the recycling behavior of primary school students. *World*, 2(3), 334-350.
- Artvinli, E. ve Bayar, V. (2018). İlkokul ve ortaokul öğretim programlarında bir değer olarak geri dönüşüm. *Osmangazi Journal of Educational Research*, 5(1), 18-33.
- Aydın, F. ve Çepni, O. (2012). İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin çevreye yönelik tutumlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi (Karabük ili örneği). *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, (18), 189-207.
- Bakar, F. ve Aydın, B. (2012). Bilim ve sanat merkezi öğrencilerinin plastik ve plastik atıkların geri dönüşümü ve çevreye etkileri konularında tutumlarının belirlenmesi. (Batı Karadeniz Bölgesi Örnekleme). [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. *Kastamonu Üniversitesi*.
- Berberoğlu, E. ve Uygun S. (2012). Çevre farkındalığı – çevre tutumu arasındaki ilişkinin yapısal eşitlik modeli ile sınanması. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25 (2), 459-473.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Pegem A.
- Ceylan, Ö. ve Yiğit, E. A. (2019). Ortaokul öğrencilerinin geri dönüşüm ile ilgili düşüncelerinin belirlenmesi. *Turkish Studies-Educational Sciences*, 14(3), 461-477.

- Creswell, J. W. (2014). *Research design, qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage.
- Çelik, Z. (2011). *İlköğretim müfredatında ambalaj atıklarının geri dönüşümü eğitiminin yeri ve ilköğretim kurumlarındaki geri dönüşüm uygulamalarının (İstanbul il örneği)*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Corral-Verdugo, V. (2003). Situational and personal determinants of waste control practices in Northern Mexico: a study of reuse and recycling behaviors. *Resources, Conservation and Recycling*, 39(3), 265-281.
- Çimen, O. ve Yılmaz, M. (2012). İlköğretim öğrencilerinin geri dönüşümle ilgili bilgileri ve geri dönüşüm davranışları. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 63-74.
- Domina, T. ve Koch, K. (2002). Convenience and frequency of recycling: implications for including textiles in curbside recycling programs. *Environment and Behavior*, 34(2), 216-238.
- Erdem, M., Meriç, E., Meriç, A. (2019). İlkokul öğrencilerinin çevresel farkındalıklarının çeşitli değişkenler açısından değerlendirilmesi. *Journal of Steam Education*, 2(1), 21-38.
- Haron, S. A., Paim, L., Yahaya, N. (2005). Towards sustainable consumption: an examination of environmental knowledge among Malaysians. *International Journal of Consumer Studies*, 29(5), 426-436.
- Gökçe, N., Kaya, E., Aktay, S., Özden, M. (2007). Elementary students' attitudes towards environment. *Elementary Education Online*, 6(3), 452-468.
- Kahyaoğlu, M., ve Kırıktaş, H. (2015). Ortaöğretim öğrencilerinin çevresel davranış ve düşünceleri ile bireysel değerleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Marmara Coğrafya Dergisi Sayı: 32, Temmuz - 2015*, s.88-105.
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Karatekin, K. (2013). Öğretmen adayları için katı atık ve geri dönüşüme yönelik tutum ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *International Journal of eurasia social sciences*, 2013(10), 71-90.
- Katırcıoğlu, G. (2019). *Okul dışı öğrenme ortamlarının 7. sınıf öğrencilerinin geri dönüşüm konusundaki doğa algısı ve bilinç düzeyine etkisi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Pamukkale Üniversitesi.
- Kaya, E., Akıllı, M., Sezek, F. (2009). Lise öğrencilerinin çevreye karşı tutumlarının cinsiyet açısından incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (18), 43-54.
- Meriç, G. ve Kayranlı, B. 2003. Endüstriyel katı atık yönetimi. 5. *Ulusal Çevre Mühendisliği Kongresi*, Adana.
- Miles, M.B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. Thousand oaks. Sage Publications.



- Miranda, R. ve Blanco, A. (2010). Environmental Awareness and Paper Recycling. *Cellulose. Chem. Technol.* 44(10), 431–439.
- Nigbur, D., Lyons, E., Uzzell, D. (2010). Attitudes, Norms, Identity and Environmental Behaviour: Using an Expanded Theory of Planned Behaviour to Predict Participation in a Kerbside Recycling Programme. *British Journal of Social Psychology*, 49(2), 259-284.
- Sağır, Ş. U. Aslan, O., Cansaran, A. (2008). The examination of elementary school students' environmental knowledge and environmental attitudes with respect to the different variables. *Elementary Education Online*, 7(2), 496-511.
- Soğancılar, M. (2018), *Ortaokul öğrencilerinin geri dönüşüm konusundaki bilgi düzeylerinin ve tutumlarının belirlenmesi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Giresun Üniversitesi.
- Soğukpınar, R. ve Korucu, D. K. Ortaokul Öğrencilerinin Çevreye Yönelik Tutumlarının İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (53), 583-606.
- Şenyurt, A., Temel, A.B. ve Özkahraman, Ş. (2011). Üniversite öğrencilerinin çevresel konulara duyarlılıklarının incelenmesi. *S.D.Ü. Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 8-15.
- Tavşancıl, E. 2010. *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi* (4. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım.
- Topçu, M. S. ve Atabey, N. (2016). Alan gezilerinin ortaokul öğrencilerinin çevre konusundaki bilgi ve tutumları üzerine etkisi. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 494-513.
- Troschinetz, A. M., Mihelcic, J. R. (2009). Sustainable recycling of municipal solid waste in developing countries. *Waste management*, 29(2), 915-923.
- Turgut, M. F. ve Baykul, Y. (2010). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*. Pegem Akademi Yayınları.
- Uzun, N. ve Sağlam, N. (2006). Orta öğretim öğrencileri için çevresel tutum ölçeği geliştirme ve geçerliliği. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 240–250.*
- Vining, J., ve Ebreo, A. (1989). An evaluation of the public response to a community recycling education program. *Society ve Natural Resources*, 2(1), 23-36.
- Yaşaroğlu, C. ve Akdağ, M. (2013). İlköğretim birinci kademe için çevreye yönelik tutum ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(13), 253-275.
- Yılmaz, A., Morgil, İ., Aktuğ, P., Göbekli, I. (2002). Ortaöğretim Ve Üniversite Öğrencilerinin Çevre, Çevre Kavramları Ve Sorunları Konusundaki Bilgileri Ve Öneriler. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22, 156-162.
- Yücel, E. Ö., ve Özkan, M. (2014). Ortaokul öğrencilerine yönelik çevresel tutum ölçeği geliştirilmesi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27(1), 27-48.





İletişimsel Perspektiften İran Filmlerinin Kültürleşme Stratejileri Bağlamında İncelenmesi: Baran ve Bisikletçi Filmleri*

An Examination of Iranian Films from a Communicative Perspective in the Context of Acculturation Strategies: The Films Baran and The Cyclist

Merve ERDOĞAN,^a Esma YIKMAZ^b

^a Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, Türkiye.
merveerdogan@comu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2866-9633

^b Doktorant, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, Türkiye
esmayikmaz@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1395-1801

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 23.03.2025

Düzeltilme tarihi: 27.06.2025

Kabul tarihi: 27.06.2025

Anahtar Kelimeler:

İletişim,

İran Sineması,

Kültürleşme,

Kültürel Stratejiler,

Mecid Mecidi,

Muhsin Mahmelbaf.

ÖZ

Kültür kavramı, bir topluma ait değerlerinin temsili olup, zaman içerisinde farklı kültürlerle etkileşim sonucunda kültürleşmeyi oluşturmaktadır. Kültürleşme, farklı kültürlere sahip grupların birbirleriyle ilişki kurmaları sonucunda meydana gelmektedir. Bu süreç; bütünleşme, asimilasyon, ayrışma ve marjinalleşme stratejilerini ortaya çıkarmaktadır. Çalışmamızda kültürleşme stratejileri; kültürlerarası iletişimde etkin bir role sahip olan ve toplumun aynası olarak kabul gören sinema aracılığıyla incelenmiştir.

Bu bağlamda, söz konusu İran sineması; Afgan göçmenlerin karşılaştıkları zorlukları, verdikleri mücadeleyi ve yeni yaşam kurma çabalarını sinematik bir çerçevede göstererek önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada, İran'daki Afgan göçmenlerin yaşadıklarını ve deneyimlerini objektif bir şekilde yansıtan Muhsin Mahmelbaf'ın *Bisikletçi* filmi ile Mecid Mecid'in *Baran* filmleri referans olarak alınmıştır. Çalışmanın amacına hizmet etmesi adına, nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yapılarak Afgan göçmenleri konu edinen filmler arasından *Bisikletçi* ve *Baran* incelenmek üzere seçilmiştir. Filmlerin sahneleri içerik analizi yöntemiyle sistematik bir şekilde düzenlenerek; asimilasyon, ayrışma, bütünleşme, marjinalleşme aşamalarını içeren kültürel stratejileri bağlamında betimsel analiz yapılmıştır. *Bisikletçi* ve *Baran* filmlerinde bütünleşme stratejisine yer verildiği sonucuna ulaşılmaktadır. Aynı zamanda, *Bisikletçi* ve *Baran* filmlerinde ayrışma stratejilerine dair sahneler daha az yer verilerek; yönetmenlerin bütünleşmeden yana tavır sahibi olduğu tespit edilmiştir. Asimilasyon stratejisine dair sahneler ise *Bisikletçi* filminde daha çok yer verilmiştir. Ayrıca her iki filmde de marjinalleşme stratejisine eşit sayıda sahnelerde yer verildiği elde edilen önemli bulgulardandır.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 23.03.2025

Received in revised form: 27.06.2025

Accepted: 27.06.2025

Keywords:

Communication,

Iranian Cinema,

Acculturation,

Cultural strategies,

Majid Majidi,

Mohsen Makhmalbaf.

ABSTRACT

The concept of culture represents the values of a society and evolves through interaction with different cultures over time, leading to acculturation. Acculturation occurs due to different cultural groups establishing relationships with each other. This process leads to integration, assimilation, separation, and marginalization strategies. In our study, acculturation strategies are examined through cinema, which plays an active role in intercultural communication and is considered a reflection of society. In this context, Iranian cinema plays a significant role by cinematically portraying the difficulties, struggles, and efforts of Afghan immigrants to establish a new life. This study takes Muhsin Mahmelbaf's "The Cyclist" and Majid Majidi's "Baran" as references, which objectively reflect the experiences of Afghan immigrants in Iran. To serve the purpose of the study, document analysis, a qualitative research method, was employed, and "The Cyclist" and "Baran" were selected from films addressing Afghan immigrants for examination. The scenes from the movie were systematically organized through content analysis, and they were descriptively analyzed within the context of cultural strategies including assimilation, separation, integration, and marginalization stages. According to the findings, the films "The Cyclist" and "Baran" predominantly feature the integration strategy. Simultaneously, scenes depicting separation strategies were less prevalent in both films, indicating the directors' inclination towards integration. Scenes related to the assimilation strategy were more prominent in "The Cyclist". Furthermore, it is a significant finding that both films equally feature scenes related to the marginalization strategy.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Erdoğan, M. ve Yılmaz, E. (2025). İletişimsel Perspektiften İran Filmlerinin Kültürleşme Stratejileri Bağlamında İncelenmesi: Baran ve Bisikletçi Filmleri. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 11 (1), s. 20-39.

1. Giriş

Kültür kavramı hayatın her alanında karşımıza çıkmaktadır. Farklı bilim dallarına, konulara, durumlara, üzerinde çalışılan kişiye göre kültür kelimesinin anlamı farklılık göstermektedir. Bu sebeple kültür sözcüğünün birden çok tanımı bulunmaktadır (Kartarı, 2006: 14). Kültür zamanla değişir, bu değişim uyum yoluyla gerçekleşmektedir. Kültürler; yayılma ve ödünç alma gibi süreçlerle birbirine benzemekte olup, bireylerin istek ve ihtiyaçlarına uyum sağlayacak şekilde değişmektedir. Ancak bu uyum her zaman evrimi gerektirmez. Kültürel sistemler yalnız ileriye dönük değişimlere değil; gelişim sürecine ters düşen gerilemelerde göstermektedir (Güvenç, 1979: 106).

Kültürün değişken yapısı kültürleşme kavramını ortaya çıkarmaktadır. Kültürleşme farklı kültürlere sahip insanların birbirleriyle kültürel deneyimlerini paylaşmaları ve ortak bir kültürel alanda birbirleriyle ilişki kurmaları sonucunda oluşmaktadır. Bu süreçte iki ya da daha fazla grubun birbirleriyle etkileşim kurması kaçınılmaz bir durumdur. Dolayısıyla iletişim kuran iki ya da ikiden fazla topluluklar karşılıklı bir şekilde birbirini etkilemektedirler. Ya da iki kültürden biri diğer kültürlerle karşı daha baskın olabilmektedir. Gerçekleşen bu temas ve bu topluluklar bir kültürleşme sürecini başlatmaktadır (Erdoğan, 2022:32). Topluluklar siyasi, ekonomik, göç gibi çeşitli unsurlar ve edebiyat, müzik ve film gibi sanat yoluyla etkileşim kurabilmektedir.

Filmler kültürleri buluşturan, bir araya getiren ve kültürleri birbirlerine tanışık kılan bir iletişim aracıdır. Kültürlerarası iletişimde etkin bir role sahip olan filmler yaşamın içinden gerçek kesitler sundukları, hayatı yansıttıkları için kültürel farklılıklara ve kültürlerin bulunduğu noktalarda ortaya çıkabilecek kültürel sorunlara ayna tutmaktadır (Özer ve Arkan, 2023:34). Bu bakımdan İran Sineması önemli bir örnektir. Özellikle Afgan göçmenleri konu alan filmler kültürleşme ve kültürleşme stratejilerine dair birer referans niteliğindedir. İran sinemasında Afgan göçmenlere dair yapılan filmler Afganların İran toplumundaki kalıcı varlığının kabul edildiği ve ülkenin sosyal, kültürel ve ekonomik yapısı içerisinde yer bulduklarını kanıtlamaktadır. Filmlerinde Afgan göçmenleri konu edinen yönetmenlerin eserleri, İran'daki Afgan göçmenlerin varlığını hatırlatıcı alternatif bir sinematik söylem oluşturmaktadır. Bu söylem, özellikle Afganları büyük ölçüde görmezden gelen ve dışlayıcı kesime karşı eleştirel bir duruş sergileyerek, daha kapsayıcı bir perspektifin inşasına katkı bulunmayı hedeflemektedir (Entezari, 2015: 97).

Çalışmanın kapsamında Afgan göçmenlerin toplumsal, ekonomik ve kişisel duygu dünyasını konu edinen filmler konu edinilmektedir. Örneklem belirlenirken bu konuda üretilmiş filmler incelenerek ve İran'daki Afgan göçmenlerin yaşadıklarını objektif bir şekilde yansıtan filmler seçilmiştir. Bu doğrultuda Muhsin Mahmelbaf'ın *Bisikletçi* adlı filmi ile Mecid Mecidi'nin *Baran* filmleri ele alınarak hem göçmen konusunu üzerinde durulmakta hem de İran sinemasında göçmen toplumunun yaşadıklarını göz ardı edilmediğini göstermeyi amaçlanmaktadır. Bu nedenle yapılan çalışma; İran sineması üzerine kültürel stratejiler bağlamında yapılan ilk çalışma olması bakımından özgündür. Dolayısıyla bundan sonra yapılacak çalışmalar için birer kaynak niteliğindedir.

2. Kültür, Kültürleşme ve Kültürleşme Stratejileri

Kültür, sözlük ve ansiklopedilerde en fazla tanıma sahip sözcüklerden biridir. Soyut ve somut anlamlarda kullanılan bu kavramı, tam ve genel geçer şekilde tanımlamak oldukça zordur. Kültür kelimesi, kökenini Latince *Colere* fiilinden almaktadır. Bu fiil; işlemek, yetiştirmek, düzenlemek, onarmak, inşa etmek, bakım ve özen göstermek gibi çeşitli anlamları içerir (Özlem, 2008: 153). Taylor, kültürü; bireyin toplumun bir üyesi olarak edindiği bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenekler ve diğer tüm yeti ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir bütün olarak tanımlar. (Eagleton, 2000: 46). Türkçe Sözlük'te ise kültür sözcüğüne dair birkaç farklı tanım yer almaktadır. İlki kültürü; tarihsel ve toplumsal gelişim sürecinde yaratılan tüm

maddi ve manevi değerler ile bunların üretilmesi ve sonraki kuşaklara aktarılmasında kullanılan araçların bütünü olarak açıklar. Örneğin, geçmişten günümüze kullanılan tüm tarım araçları birer kültür unsuru olarak kabul edilmektedir. Bir diğer tanım ise kültür, belirli bir toplum yada topluluğa ait düşünce ve sanat eserlerinin bütünüdür (TDK, 2011: 1558). Bu tanıma göre kültür bir topluma ait olan gelenekleri, inançları ve yaşayış biçimlerini ifade eden bir kavramdır.

Kültür her ne kadar bir topluma ait değerleri temsil etse de farklı kültürler, birbirleri karşısında kapalı değildir ve aralarındaki bu etkileşim kültürleşmeyi oluşturmaktadır. Kültürleşme, iki veya daha fazla kültür grubunun sürekli etkileşim ve ilişki içinde olması sonucunda, gruplardan birinin diğerine ait kültürel öğeleri kabul etmesi, benimsemesi ve bunun sonucunda yeni bir kültürel bileşimin ortaya çıkması süreci olarak tanımlanır. Bu sürecin gerçekleşebilmesi için en az iki farklı kültür sistemi gereklidir; ancak bu tek başına yeterli değildir. Kültürleşmenin gerçekleşmesi için sürekli bir etkileşim ve ilişki şarttır. Kültürleşme kuramı, bu sürecin belirli bir noktada başladığını, zaman içinde belli aşamalardan geçerek belirli bir düzeye ulaştığını öne sürmektedir (Güvenç, 1979: 135).

Kültür genelde baskın bir grup tarafından azınlık olanları etkilemekte ve onları farklı açılardan değiştirmektedir. Azınlık gruplar dil, din, gelenek ve görenekleri gibi birçok unsurdan etkilenmektedir. Kültür, azınlık grubu kadar baskın grubu da etkilemektedir. Bu bakımdan yalnız alıcı kültür veya verici kültür söz konusu değildir. Cuche'e göre kültürleşme sürecinin birinci türü doğal yani özgür bir kültür geçiştir. Bu süreçte, kültürleşme alıcı veya verici kültür tarafından yönlendirilmez. İki kültür arasındaki değişim, karşı karşıya gelen bu kültürlerin içsel mantığına göre şekillenmektedir. İkinci türü ise düzenlenmiş, yani zoraki bir kültür geçişidir. Bu tür geçiş, daha çok köle ticareti ve sömürgecilik gibi örneklerde, yalnızca bir grubun çıkarları doğrultusunda gerçekleşen kültür alma sürecidir. Kısa vadede, baskı altındaki grubun kültürünün değiştirilmesi amaçlanır ve bu süreç, genellikle baskın grubun çıkarlarına hizmet eder. Son olarak; kontrol altında yani planlanmış bir kültür geçişinden söz eder. Bu geçiş sistematiktir ve uzun vade gerçekleşmektedir. Planlama, sahip olduğu kabul edilen sosyal ve kültürel determinizmlerden uzaklaştırılması şeklinde ifade edilmektedir (2013:83). Kültürleşme süreci dört katmanlı şekilde gerçekleşmektedir. Göçmen gruptaki bireyler kendi kültürel miraslarını sürdürme isteğinde olmayabilir ve diğer kültürü devam ettirmek isteyebilmektedir. Bu durumda kendi kültürünü ve kimliğini tamamen bir kenara bırakıp göç ettiği çevreye uyum sağlamayı, baskın grupla etkileşim kurmayı istemeleri "asimilasyon" stratejisini benimsemektedir. Buna karşılık göçmen grup asıl kimliklerini ve kültürlerini devam ettirmek isterlerse ve diğer grubun kültüründen kaçınmak istediklerinde "ayrışma" stratejisini benimsedikleri kabul edilmektedir. Göçmen grubun hem kendi kültürünü koruma hem de diğer grupla etkileşimde bulunma isteği varsa "bütünleşme" stratejisi ortaya çıkmaktadır. Burada, kültürel bütünlüğün bir dereceye kadar korunması söz konusudur ve aynı zamanda göçmenler, etnik kültürel bir grubun üyesi olarak daha geniş toplumun ayrılmaz bir parçası olarak katılım ararlar. Son olarak göçmen grup hem kendi kültürüne hem diğer grubun kültürüne etkileşim içerisine girmemek istemesi "marjinalleşme" olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak bunun sebepleri ise bireyin dışlama ve ayrımcılık nedeniyle iki kültürü de benimsemek istememesi olabilmektedir (Berry, 2001: 619; Erdoğan, 2022: 38).

3. Kültürleşme ve Sinema İlişkisi

Kültür ve film birbirini besleyen iki sosyal bir olgudur. Filmler kültürleri buluşturan, bir araya getiren ve kültürleri birbirlerine tanışık kılan bir iletişim aracıdır. Kültürlerarası iletişimde etkin bir role sahip olan filmler yaşamın içinden gerçek kesitler sundukları, hayatı yansıttıkları için kültürel farklılıklara ve kültürlerin bulunduğu noktalarda ortaya çıkabilecek kültürel sorunlara ayna tutmaktadır (Özer ve Arkan, 2023: 24). Sinema, göçmenler ile ev sahibi toplum arasındaki ilişkileri kurmada güçlü bir araçtır. Filmler, doğrudan deneyimlemediğimiz yaşamları ve kültürleri gözler önüne sererken, bu toplumlara nasıl yaklaşacağımıza dair imgeler ve algılar oluşturur. Bu açıdan sinema, izleyicilere göçmenlerin yaşam biçimlerini, toplumdaki yerlerini ve birlikte yaşama deneyimlerinin ne derece mümkün olduğunu anlamaları için bir perspektif sunmaktadır (Kaya, 2018: 104). Bu bakımdan sinema salt bir eğlence aracı değil, aynı zamanda kültürel ve toplumsal boyutlara da sahiptir. Bu yönleri, özel çıkar ve kazanç unsurlarından bağımsız olarak yerine getirilmektedir. Sinema, işleyimsel bir girişim olmanın yanı sıra, aynı zamanda bir sanattır (Eisenstein,1993: 24). Sinema, toplumla etkileşim içinde olan bir sanat dalı olarak,

toplumsal değişimleri filmlerine yansıtır. Sinema, toplumdan beslenerek konularını belirlerken, aynı zamanda toplum da sinemadan etkilenir ve düşünsel yönelimlerini şekillendirir. Kültür, toplumsal bir olgu olarak hem sinemayı etkiler hem de sinemadan etkilenir. Bir toplumun kültürel değerlerini ve stratejilerini, filmler aracılığıyla hem açık hem de örtük bir şekilde okumak mümkündür (Bilsel, 2022: 58; Pösteki, 2001:331).

4. Kültürleşme Stratejileri ve İran Filmleri

Kültürleşme sürecinin ögelerini göçmenler, mülteciler, yerliler ve bunlar gibi birçok grup oluşturmaktadır. Bazı topluluklar ya da bireyler kendi kültürlerini bırakmak istememektedirler. Kültürleşme sürecinde ele alınması gereken konulardan biri de toplulukların veya kişilerin bu sürece kendi istekleri doğrultusunda mı yoksa mecbur kaldığı için mi katıldığı sorusudur. Göçmenler kültürleşme sürecine kendi rızalarıyla katılmaktadırlar (Erdoğan, 2022:35). Kültürel olarak heterojen, yüzyıllar boyunca göç dalgalarıyla şekillenmiş bir topluma örneklerden biri de İran'dır. İran toplumunda, göçmen toplulukların katkıları bir kesim tarafından göz ardı edilmekte, bir kısım tarafından sahiplenilmektedir. Afganistan gibi komşu ülkelerden gelen göçler sosyal, ekonomik ve toplumsal değişimi tetiklemektedir (Zarkar, 2012). Bu kültürel değişimin temelleri, Sovyetler Birliği'nin 1979'da Afganistan'ı işgal etmesiyle İran'a yönelen Afgan göçüyle atılmıştır. 1989'da Sovyetler Birliği'nin işgali sona erdikten sonra kitlesel geri dönüşler yaşanır, ancak kısa süre sonra Afganistan'da başlayan iç savaş (1990-1995) yeni göç dalgalarına yol açmaktadır. 1994'te Taliban'ın ortaya çıkmasının ardından, 1996'da ülkeyi kontrol altına alması göçü hızlandırmaktadır. 2001'deki ABD işgali sonrasında ise ülkedeki güvensizlik ortamı, birçok Afgan'ı yeniden göç etmeye zorlamaktadır (Koç, 2018: 5).

İran'da uzun yıllar süren bu göç dalgalarından sinema da etkilenmektedir. İran sineması; sosyal yaşamın, siyasi ideolojinin, ekonomik koşulların ve kültürel kodların etkisiyle şekillenmekte ve bu unsurları yansıtmaktadır (Demirpolat ve Şener, 2020: 416). Yönetmenler, filmlerinde Afgan göçmenlerin toplumsal, ekonomik ve kültürel alanlardaki etkilerini ve yaşam koşullarını konu edinmektedir. Göçmen kimliğinin, özellikle sinema gibi kitlesel ve temsil gücü yüksek bir sanat aracılığıyla aktarılması, kültürleşme bağlamında önem taşımaktadır. Aynı zamanda sinema, kültürel kimlik farklılıklarının çatışmalı durumlarını yumuşatmak ve farklı kimlikler arasında diyalog oluşturmak açısından önemli bir güce sahiptir (Ulusay, 2008: 52). Bu bağlamda, İran sinemasında, İran'a göç etmiş Afgan göçmenlerin hikâyeleri anlatılmaktadır. Afgan göçmenleri konu alan bu filmlerde genellikle suç, yoksulluk ve göç gibi temalar işlenmektedir. Bunun yanı sıra, Afgan göçmenler, çok kültürlü bir toplumun ayrılmaz ve üretken bir üyesi olarak temsil edilmektedir (Rasuli, 2021: 48).

5. Araştırma Yöntemi, Uygulaması ve Örneklemi

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi tekniği kullanılmaktadır. Doküman incelemesi, araştırılan konuya dair bilgi sağlayan yazılı ve elektronik materyallerin analiz edilmesini içeren bir yöntemdir. Dokümanlar; yazı, ses, görüntü, görsel ve işitsel temelli olarak sınıflandırılmaktadır (Karahan ve Uca, 2022: 74). Bu dokümanlar, içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir. İçerik analizi yöntemi, belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinilmesine olanak sağlamaktadır. Çalışmada *Bisikletçi* ve *Baran* filmlerinin sahneleri içerik analizi yöntemiyle sistematik bir şekilde düzenlenerek; asimilasyon, ayrışma, bütünleşme, marjinalleşme stratejileri bağlamında incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda; sahnelerin içeriğinden alıntılar yapılmış ve konuya ilişkin teorik çerçeve doğrultusunda değerlendirmeler yapılmıştır (Alanka, 2024: 78; Karahan ve Uca, 2022: 75).

Çalışmada bu teknik doğrultusunda; İran'a göç etmiş Afgan göçmenlerin yaşadığı siyasi, sosyal ve ekonomik deneyimleri ortaya çıkarmak amacıyla *Bisikletçi* ve *Baran* filmlerinde yer alan sahnelerin içerikleri asimilasyon, ayrışma, bütünleşme ve marjinalleşme aşamalarını içeren kültürel stratejileri bağlamında betimsel olarak analiz edilmiştir. Betimsel analiz, toplanan verinin önceden belirlenmiş temalar doğrultusunda özetlenmesi ve yorumlanmasına dayanan bir nitel veri analiz türüdür. Bu teknikte, araştırmacının tespit ettiği noktaların, çarpıcı bir şekilde sunulabilmesi için doğrudan alıntılara sıklıkla yer verilmesi esastır. Betimsel analizin temel amacı, elde edilen bulgular hakkında, okuyucuya sade ve

yorumlanmış bir şekilde bilgi sunmaktır. Betimsel analiz dört temel aşamada gerçekleşmektedir. İlk aşamada, araştırmacı çalışmanın ana çerçevesini oluşturacak temaları belirlemektedir. Ardından, araştırmada elde edilen veriler, bu temalar doğrultusunda incelemektedir. Üçüncü aşamada, veriler tanımlanmakta, gerekli yerlerde kanıtlar sunulmakta ve doğrudan alıntılar yapılmaktadır. Son aşamada ise bulgular ilişkilendirilir, bu ilişkiler açıklanır, yorumlanır ve farklı olgular arasında karşılaştırmalar yapılır. Böylece, karmaşık ve yüzeysel görünen olay ve olgular, okuyucunun anlayabileceği bir şekilde açıklanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, 224; Özdemir, 2010: 336; Akcan ve Kara, 2021: 675).

Kültürleşme stratejileri bağlamında çalışmanın amacına uygun olarak *Baran* ve *Bisikletçi* filmleri örneklem olarak seçilmiştir. Çünkü örneklem olarak seçilen bu filmler kültürleşme stratejilerinin; asimilasyon, ayrışma, bütünleşme ve marjinalleşme maddelerini derin bir şekilde yansıttığı düşünülmektedir.

6. Araştırmanın Hipotezleri

Baran ve *Bisikletçi* filmlerinde; kültürleşme stratejilerinden bütünleşme, asimilasyon, marjinalleşme ve ayrışma stratejileri bulunmaktadır. Çalışma kapsamında örneklem olarak alınan *Baran* ve *Bisikletçi* filmlerinin hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir.

1. *Baran* filminde asimilasyon stratejisine dair sahne bulunmamaktadır.
2. *Bisikletçi* filminde bütünleşme stratejisine dair sahne bulunmaktadır.
3. *Bisikletçi* filminde *Baran* filmine göre ayrışma stratejisine daha çok yer verilmektedir.
4. *Bisikletçi* ve *Baran* filmlerinin her ikisi de marjinalleşme stratejisine yer vermektedir.
5. *Baran* filminde bütünleşme stratejisine yer verilmiştir.
6. *Bisikletçi* filminde *Baran* filmine göre asimilasyon stratejisine daha çok yer verilmiştir.

7. Bulgular ve Yorum

Çalışmanın bu bölümünde betimsel analiz yöntemi yoluyla *Baran* ve *Bisikletçi* filmlerinin öne çıkan sahnelerinden kesitler verilmekte, sahnelerin içerikleri ile ilgili çözümlemeler yapılmakta ve kültürel stratejilerinin asimilasyon, ayrışma, bütünleşme ve marjinalleşme aşamaları doğrultusunda yorumlarda bulunmaktadır.

7.1. Film Özetleri

Bisikletçi filmi, 1987 yılında, İran sinemasının tanınmış yönetmenlerinden biri olan Muhsin Mahmelbaf tarafından çekilmiştir. Yönetmen Afganistan'ı konu edinen filmler çekmesi hakkında düşüncelerini şu sözlerle ifade eder: “Afganistan’da yaklaşık 2,5 milyon kişinin öldürüldüğünü ve 6,5 milyon kişinin mülteci durumuna düştüğünü öğrendim. Başka bir deyişle, ülke nüfusunun yaklaşık yüzde 10’u ölmüş, yüzde 30’u da mülteci durumuna düşmüş oluyor. Birdenbire idrak ettim ki komşumuz nüfusunun hemen hemen yüzde 40’ını kaybetmiş. Ve bırakın dünya genelindeki medyayı, İran medyası bile bu konuya duyarsız olduğu için oradaki felaketten bütünüyle habersiz kaldık” (Dabaşı, 2013: 113). Film; İran’a yeni göç eden bir Afgan ailenin yaşam mücadelesini konu edinmektedir. Afganistan’da bisiklet şampiyonu olan Nesim, eşi ve oğluyla birlikte İran’a göç eder. Nesim, eşinin hastalanması üzerine, onun hastane masraflarını ödemek için iş aramaya başlar. Bisiklet şampiyonu olduğu için bir gösteri grubuyla anlaşır ve bu grup ondan yedi gün boyunca durmaksızın bisiklet sürmesini ister. Film de Nesim’in yedi gün boyunca yaşadığı fiziksel ve zihinsel zorluklar ele alınırken, eşine karşı gösterdiği merhamet ve fedakârlık duyguları dikkat çekmektedir.

2001 yapımı olan *Baran* filminin yönetmenliğini, Mecid Mecidi üstlenmiştir. Yönetmen filmine tarihi bir bilgi vererek başlar. Filmin başlangıcındaki bu bilgiler şu şekilde ifade edilmektedir: “1979’da Sovyetler Birliği Afganistan’ı işgal etti. Sovyetler 10 yıl sonra geri çekildiğinde ülkenin eski halinden eser kalmamıştı. Bu yıkımla birlikte sonrasında başlayan iç savaş, Taliban rejiminin zalim saltanatı ve 3 yıllık kuraklık, milyonlarca Afgan’ın ülkelerinden kaçmasına yol açtı. Birleşmiş Milletler’in tahminine göre İran şu anda 1,5 milyon Afgan mülteciye ev sahipliği yapıyor. Yeni neslin büyük bir kısmı İran’da doğdu ve ülkelerini hiç

görmediler.” Film; İran’da olumsuz koşullarda yaşayan Afgan mültecileri konu edinmektedir. Afgan işçi Necef, çalıştığı inşaatta geçirdiği bir kaza sonucunda ayağını sakatlar ve çalışamaz hale gelir. Ailenin geçimini Necef’in kızı Baran üstlenir. İnşaat işinde çalışabilmek için erkek kimliğine bürünen Baran, önce erkek kıyafetleri giyer ardından kendini Rahmet olarak tanıtır ve babasının yerine çalışmaya başlar. İlk başlarda inşaatın ağır işlerinde çalışan Rahmet, daha sonra inşaatın mutfağında çalışmayı sürdürür. İnşaatta çalışan genç İranlı işçi Latif zamanla Baran’ın sırrını keşfeder ve ona karşı derin bir his duymaya başlar. Film, İranlı bir gencin Afganlı kıza karşı olan hisleri üzerine inşa edilirken, alt metninde Afgan göçmenlerinin yaşadıkları zorluklar ve olumsuz iş koşulları detaylı bir şekilde ele alınmaktadır.

Tablo 1. Filmlerde Kültürleşme Stratejisi Analizi Yapılan Sahneler

Kültürel Stratejiler	Bisikletçi Filmi	Baran Filmi
Bütünleşme stratejisi	21".40""-26".45""- 37".11"" - 62'.40"- 64'35"- 73'00"- 75'.05"- 74'40"	06'.50"- 11'.22"- 12'.17"- 12'.41"-18'.30"-27'.00"- 30'.30"- 69'.00"- 74'.17"- 80'.00"
Ayrışma stratejisi	03'.00"- 08'.50"- 18'30"- 28'.21"- 33'.40"	04'.23"- 06'30"-14'.00" – 22'.00"- 55'.00"- 86'.30"
Asimilasyon stratejisi	35'.00"- 38'.40"- 39'.10"- 56'.50"	12'.00"- 53'.05"- 59'.12"
Marjinalleşme stratejisi	09'.02"- 06'.00"	22'.30"- 78'.00"

Çalışmada kültürleşme stratejileri kapsamında *Bisikletçi* ve *Baran* filmleri analiz edilmektedir. Analiz sonucunda kültürleşme stratejilerinin yer aldığı sahneler Tablo 1’de belirtilmektedir. Muhsin Mahmelbaf’in *Bisikletçi* adlı filminde bütünleşme stratejisine sekiz sahnede yer verilmektedir. Mecid Mecidi’nin *Baran* filminde ise bütünleşme stratejisi on ayrı sahnede görülmektedir. Ayrışma stratejisi, *Bisikletçi* filminde beş sahnede, *Baran* filminde ise altı sahnede yer almaktadır. Asimilasyon stratejisi, *Bisikletçi* filminde dört sahnede, *Baran* filminde ise üç sahnede yer almakta, diğer filme kıyasla daha az görülmektedir. Marjinalleşme stratejisine her iki yönetmenin de yalnızca iki sahnede yer verdiği saptanmaktadır.

7.2.Baran ve Bisikletçi Filminde “Bütünleşme” Stratejisi

Bisikletçi filminde Nesim’in yedi gün boyunca bisiklet süreceği gösteriyi organize eden ekip, Nesim’in gösteriyi tamamlayabilmesi için gerekli olan imkanları sunmaktadır. Nesim’in sağlığını korumak amacıyla İran’da bir sağlık ekibi görevlendirmektedir (Görsel 1). Bu sağlık ekibi Nesim’in yedi gün sürececek gösterisinde sağlığını korumaya çalışmaktadır. Nesim’in Afgan olmasına rağmen İran’da sağlık hizmetine eşit şekilde erişim sağlaması bütünleşme stratejisini yansıtmaktadır.



Görsel 1. *Bisikletçi* Filmi



Görsel 2. *Bisikletçi* Filmi

Filmde bu gösteriyi engellemek isteyen İranlı rakip grup, gösteriyi sonlandırmak için bir sağlık ekibi görevlendirmektedir. Bu sağlık ekibi, çeşitli hilelerle Nesim'i durdurmaya çalışırken, ekipte görevli olan İranlı hemşire, Nesim'e karşı yapılan bu müdahalelerden rahatsız olur ve bu duruma karşı çıkmaktadır. İranlı hemşire, Nesim'in kökenine, ırkına ve kültürüne bakmaksızın bu yapılan davranışın insanlık dışı olduğunu vurgulamaktadır (Görsel 2). İranlı hemşire, kültürel farklılıklara rağmen bu tutumuyla bütünleşme stratejisini benimsemektedir.

Nesim'in bisiklet sürdüğü gösteriye birçok İranlı ve Afgan seyirci izlemektedir. Gösteriyi düzenleyen ekip, bir grup İranlı çocuğu, Nesim'in onurlu bir şekilde para kazanma çabasını örnek almaları için getirmektedir (Görsel 3). Toplumun farklı kesimlerinden bireylerin, bütünleşme stratejisi doğrultusunda, Nesim'in çabasına empati duymaktadır. Nesim'in kültürel ve etnik kimliğine bakılmaksızın, onun çabası desteklenmektedir. Bu destek filmde birçok kez vurgulanmaktadır. İranlı seyirciler, Nesim ile fotoğraf çekirmek istemektedir (Görsel 4). Bu süreçte Nesim, göçmen kültürü ve kimliği yerine bir kahramana dönüşmektedir.



Görsel 3. Bisikletçi Filmi



Görsel 4. Bisikletçi Filmi

Filmde, Nesim'in bisiklet sürdüğü yedi gün boyunca gösteri çeşitli engellemeler ile sonlandırılmaya çalışılmaktadır. Ancak bu engellemeler, Nesim'in mücadelesine destek veren İranlı ve farklı kültürlerdeki seyircilerin dayanışması ile engellenmiştir. Özellikle Nesim'in gösterinin sonlanması amacıyla bisikletinin lastiği patlatıldığında, çevredeki seyirciler hızlıca harekete geçerek onun gösteriye devam etmesi için seferber olur (Görsel 5). Nesim'i izleyen İranlı seyircilerin bütünleşme stratejisini benimsedikleri görülmektedir. Bu durum filmin sonunda Nesim'in gösteriyi başarıyla bitirme anında yeniden vurgulanmaktadır. Nesim'in gösteriyi başarıyla tamamlamasıyla farklı kültürel ve etnik gruplara ait seyirciler, hep birlikte coşkuyla sevinç sloganları atmaya başlar (Görsel 6). Yönetmen, Nesim'in kişisel zaferinin ötesinde, onun mücadelesinin toplumun farklı kesimleri arasında bir bağ kurduğunu ve bu durumun kültürel sınırların ötesinde bir uyum sağladığını göstermektedir.



Görsel 5. Bisikletçi Filmi



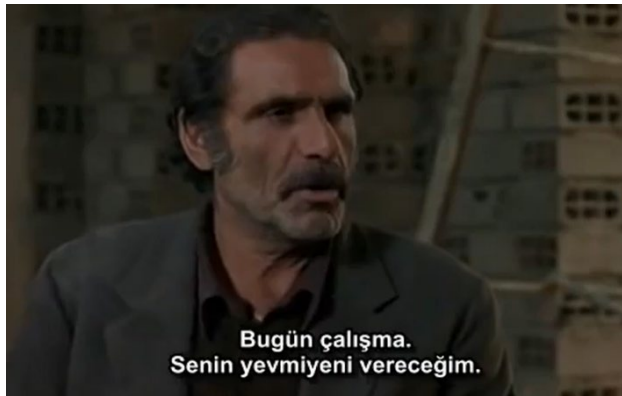
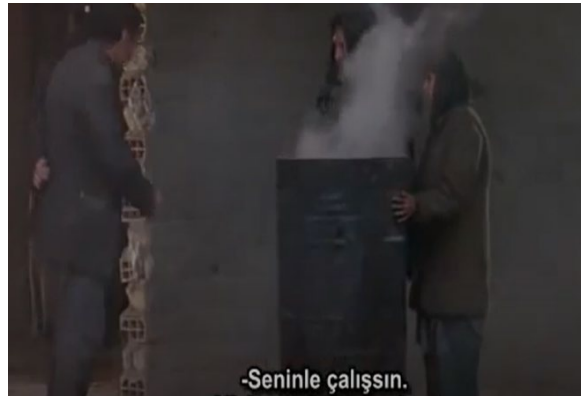
Görsel 6. Bisikletçi Filmi

Bisikletçi filminin sonunda, Nesim yedi gün boyunca bisiklet sürme iddiasını tamamlamaktadır (Görsel 7). Yedinci gün İran'daki birçok gazeteci ve haber kanalı bu ana tanık olmak için toplanır. Gösteri boyunca Nesim'i "Afgan" olarak adlandıran birçok kişi, artık onu bir kahraman olarak görmektedir. Nesim, bisikleti sürdüğü bu yedi gün boyunca kendisini izleyenler arasında, bisikletin pedallarını çevirmeyi sürdüremediği takdirde aralarına katılacağı Afgan mültecilerin yenik düşmüş yüzlerini görmektedir (Aktaş, 2015: 138). Bu bakımdan Nesim bu yarışmayla, İran'daki Afganların toplumdaki konumunu ve değerini yükseltir. Filmin başında Afgan işçiler, ağır işlerde düşük ücretler ile çalıştırılmaktadır. Filmin sonunda ise Nesim'in başarısı, Afgan işçilerin toplumsal değerinin artmasına ve buna bağlı olarak daha yüksek ücretlerle çalışmaya başlamalarına olanak tanımaktadır (Görsel 8). Bu süreç bütünleşme stratejisi kapsamında, azınlık grubun, toplumun bir parçası olarak kabul edilmesi ve toplumsal uyumun sağlanması anlamına gelmektedir.

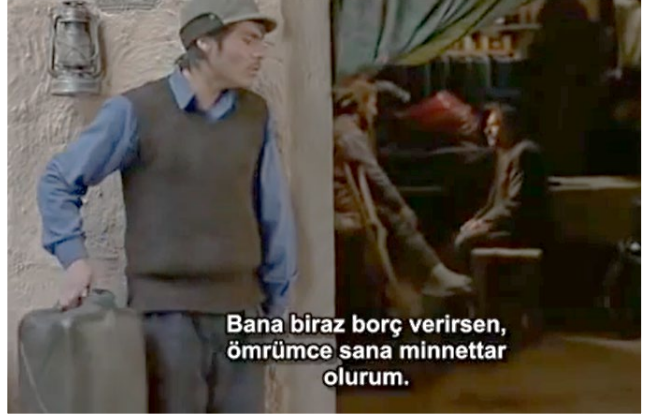
Görsel 7. *Bisikletçi* FilmiGörsel 8. *Bisikletçi* Filmi

Bisikletçi filminde İranlılar tarafından Afgan göçmenlere karşı bütünleşme stratejisi benimsendiği görülmektedir. Bu durum, çalışmamızın ikinci hipotezini doğrulamaktadır. Çalışmada ortaya konulan ikinci hipotez, "*Bisikletçi* filminde bütünleşme stratejisine dair sahne bulunmaktadır" şeklindedir ve yapılan analizler bu hipotezi desteklemektedir.

Baran filminde İran'da bir inşaat işinde çalışan Afgan işçi Necef, iş kazası sonucu hastaneye kaldırılır ve ayağından sakatlanarak çalışamaz hale gelir. İranlı işveren, Necef'in işine devam edememesine rağmen çalıştığı günlerin ücretini vermek ister (Görsel 9). Bu durum İranlı işverenin, Necef'in sağlığına ve emeğine önem verdiğini göstermektedir. Ancak, Necef eski sağlığına kavuşamaz ve onun yerine kızı Baran, inşaat işinde çalışmaya devam etmek ister. İşveren, Necef'in oğlu olarak tanıtılan Baran'ı, bu iş için fiziksel olarak güçlü olmadığına dair uyarır. İnşaat işinin ağır yükünün üstesinden gelemeyeceğini belirtmektedir. Ancak Necef'in sağlığına tekrardan kavuşması imkânsız olduğu için Baran'ın çalışmasını kabul ederek ona bir fırsat tanımaktadır. İşverenin bu tutumu, Afgan işçisine ve ailesine karşı sergilediği merhamet ve bütünleşme stratejisinin bir yansımasıdır (Görsel 10).

Görsel 9. *Baran* FilmiGörsel 10. *Baran* Filmi

Baran filminde, İranlı işçiler ve Afgan göçmenler inşaatta bir arada çalışmaktadır. Çalışanlar, gün sonunda ücretlerini almaktadır. Filmde işveren ile İranlı işçiler arasında ücret konusunda anlaşmazlık çıkar. İranlı işçiler ücretlerinin Afgan işçilerden daha çok olması gerektiği savunmaktadır. İşveren ise İranlı işçileri ve Afgan göçmenleri eşit tutmaktadır. Afganlıların ücretleri konusunda “*İnsan her şeyde adil olmalı... İranlı işçilerden çok çalışıyorlar üstelik daha az para alıyorlar!*” diyerek itirazda bulunur (Görsel 11). İşveren, Afgan mültecilere iş imkânı sunmanın yanı sıra emek gücünün karşılığını eşit ve adil olarak vermektedir.

Görsel 11. *Baran* FilmiGörsel 12. *Baran* Filmi

Baran filminde İranlı işverenin, Afgan işçilere yönelik olumlu tutumu ve söylemleri, diyaloglar üzerinden verilmektedir. Bir iş kazası sonucu işsiz kalan Afgan işçi Necef, eski sağlığına kavuşamaz ve geçim sıkıntısı ile sağlık problemlerinden dolayı işverenden borç ister. İşveren elindeki tüm parayı verir ancak bu miktar Necef için yeterli değildir. Necef “*ben sadaka istemiyorum*” diyerek verilen parayı reddeder. Bunun üzerine işveren; “*O nasıl söz Necef, biz arkadaş değil miyiz?*” diyerek Necef’e olan yakınlığını ifade etmektedir (Görsel 12). Yönetmen, filminde Afganların çeşitli zorluklarla mücadele ettiğini göstermenin yanı sıra farklı kültürlerden gelen bireylerin zor durumlar karşısında birlikte hareket edebileceğini göstermek istemektedir (Dönmez, 2012: 83).

Baran filminde Afgan göçmenlere yönelik olumlu davranış ve tutum sergileyen diğer bir karakter ise İranlı işçi Latif’tir. Latif, Baran ile ilk karşılaşmasında, Afgan işçi Necef ile yakın arkadaş olduklarını belirtmektedir (Görsel 13). İranlı işçi Latif’in, Afgan işçi Necef’e karşı tutumu, onun etnik kimliğini veya göçmen oluşunu önemsemeyen insani bir bağ kurduğunu göstermektedir. İranlı bir işçi olarak Necef’i “arkadaş” olarak benimsemesi, kültürel bir bütünleşmeyi göstermektedir. Latif’in bu tutumu; Necef’in yerine çalışmak zorunda olan kızı Baran’a karşıda devam etmektedir. İşinin ilk günlerinde Baran’a uyum sağlaması için yardımcı olmaktadır (Görsel 14). Bu iş için Baran’ın, bir erkek kılığına girmesi ve yabancı bir kültürün parçası olması zor bir süreçtir. Ancak Latif’in, Baran’a yardım etmesi, aynı zamanda Baran’ın uyum ve bütünleşme sürecine katkı sağlamaktadır. Bu davranış, bütünleşme stratejisinin bir yansımasıdır, iki kültür arasında daha sağlıklı bir etkileşim ve uyumun temeli atılmaktadır.

Görsel 13. *Baran* FilmiGörsel 14. *Baran* Filmi

Filmin ilerleyen kısmında Latif, Baran'ın aslında bir kadın olduğunu öğrendiğinde ona karşı ilgi ve sevgi duyar (Görsel 15). Bu sevgi; bütünleşme stratejisi açısından önemli bir göstergesidir. Latif bir İranlı olarak, bir Afgan kadının kültürel ve toplumsal yerine odaklanmadan, ona sevgi hissetmektedir. Necef, Baran'ın çalıştığı işlerin ağır yükü karşısında daha fazla yorulmaması ve çalışmak zorunda kalmaması için Baran'ın babasına maddi ve manevi olarak yardım etmektedir. Latif, Necef'in sakatlığından dolayı rahat yürüyebilmesi için ona bir değnek alır (Görsel 16). Latif'in bu desteği; kültürler arası uyum ve yardımlaşma gerekliliğini simgelemektedir. Bu dayanışmanın yanı sıra Latif, Necef'e ekonomik olarak da yardımcı olmaktadır (Görsel 17). Filmde İranlı bir işçi olan Latif'in, Afgan göçmeni Baran ve ailesine yardım etmek için gösterdiği çabalar ve çözüm arayışları yönetmenin göçmenlere dair şu sözlerine bir atıf niteliği taşır: *"Bu yardımlarla yavaş yavaş bu insanlar güçlenecek; güçlendikleri zaman hem yaşadıkları ülkelere güç verecekler hem de kendi ülkelerine döndüklerinde öz vatanlarına fayda sağlayacaklardır. Ben Baran filmini bu bakış açısıyla yaptım"* (Majidi, 2018: 375).



Görsel 15. Baran Film



Görsel 16. Baran Film

Filmde, Afgan göçmen Baran karakteri üzerinden de bütünleşme stratejisi görülmektedir. Baran, inşaat işindeki zorluklardan dolayı inşaatın mutfak bölümünde çalışmaya başlar. Bu yeni görevinde mutfağı yeniden düzenler, temizler ve eski, düzensiz halini yeniler. Baran mutfağa bir ayna ve çiçek yerleştirmesi ile kendi kimliğini ve içsel dünyasını bu yeni ortamda, kültürlerarası bir denge içinde inşa etmeye çalıştığını görülmektedir (Görsel 18). Bu şekilde, uyum sağlamak için iş yerini kişiselleştirerek de bir bütünleşme süreci yaşamaktadır.



Görsel 17. Baran Film



Görsel 18. Baran Film

Mecid Mecidi, *Baran* adlı filmde bütünleşme stratejisine birçok farklı sahnede yer vermektedir. Bu bakımdan çalışmamızın beşinci hipotezi doğrulanmaktadır.

7.3. Baran ve Bisikletçi Filminde “Asimilasyon” Stratejisi

Bisikletçi filminde; Afgan göçmen Nesim, bisiklet sürdüğü yedi gün boyunca İranlı ve farklı birçok etnik grup tarafından destek görmektedir. İran'ın yerel basını Nesim'in bu başarısını haber konusu yapmaktadır. Ancak Afgan göçmeninin bu başarısı, İranlı yetkililer tarafından tehdit olarak görülmektedir. Bu durum

İranlı yetkililer arasında geçen diyaloglarda yer verilmektedir. “Bu gösterinin dünya çapındaki çıkarlarını tehlikeye atmak için yapıldığını düşünüyor. O fotoğrafçı eğlence için fotoğraf çekmiyor” sözleriyle Afgan göçmeni Nesim’in başarısına gelen halk desteği bir tehdit olarak görülmektedir. Nesim ve göçmen destekçileri denetim altında tutulmak, asimile edilmek istenmektedir (Görsel 19).



Görsel 19. Bisikletçi Filmi



Görsel 20. Bisikletçi Filmi

Nesim bisiklet sürdüğü yedi gün boyunca bu gösterinin tamamlanmasını istemeyen İranlı rakip gruplar Nesim’i engellemek ister. Bu engelleme girişimlerinden dolayı gösteriyi düzenleyen İranlı ekip, Nesim’i yeni sürüş yeri olarak şehrin meydanına götürmek ister. Nesim’in şehrin meydanını güvenli bir şekilde gitmesi için Afgan seyirciler tarafından bir koruma çemberi oluşturulmaktadır. Afgan göçmenlerden oluşan bu kalabalık, bir konsolosluğun önünden geçerken tehlike olarak algılanmaktadır (Görsel 20). Azınlık grubun bir arada toplu olarak var olması, tehlike olarak görülmektedir ve bu durumu güvenlik görevlileri, konsolosluğa yönelik bir saldırı olarak anons etmektedir. Filmde, Afganlar bir göçmen grup olarak baskın grubun içerisinde asimile edilmiş yapıdadır. Baskın grup, azınlık grubu bir tehdit olarak görmekte ve asimile etmek istemektedir.

Bisikletçi filminde Afgan işçilerin düşük ücretlerle ve zor şartlar altında çalıştığı görülmektedir. Ekonomik ve sosyal hayata uyum sağlamaya çalışan işçiler, genellikle vasıfsız ve ağır işlerde çalıştırılmaktadır (Görsel 21). İranlı işverenler, az ücretle daha fazla iş gücü elde etmek istemektedir. Ancak ekonomik zorluklar içinde olan Afgan işçilerin, iş ve ücretler konusunda bir seçim yapabilme hakkı bulunmamaktadır. Ekonomik ve yaşam mücadelesi içerisinde olan Afgan işçiler, kendi beceri ve kültürel değerlerini terk ederek, baskın gruba uyum sağlamaktadır (Görsel 22).



Görsel 21. Bisikletçi Filmi



Görsel 22. Bisikletçi Filmi

Bisikletçi filminde ele alınan Afgan göçmenlerin ekonomik sorunları, *Baran* filminde de derinlemesine işlenmektedir. *Baran* filminde Afgan göçmenler ekonomik ve sosyal zorluklar nedeniyle, kendi yetenek ve tercihleri dışında herhangi bir işi kabul etmektedir. Afgan işçiler ağır çalışma koşulları, iş saatleri ve ücretleri üzerinde tercih etme imkanları yoktur. Bu durum onların yeni toplumun gereksinimlerine uyum sağlamaya zorlamaktadır. Afgan işçilerin asimilasyon stratejisiyle, kendi kimlikleri yerine İran kültürünün ekonomik koşullarına uyum sağlama çabalarına yer verilmiştir. Latif ile bir Afgan işçi arasında geçen diyalogda, Afgan işçi “*Bütün Afganlar inşaatta çalışırlar. Sabah şafakta şehre gidip akşam evlerine dönerler*” şeklinde ifade etmektedir (Görsel 23). Afgan göçmenlerin ekonomik koşullara uyumu çabası, Sultan adlı Afgan işçi tarafından “*Ekmek parasının peşindeyim.. Nerede iş bulursam. Birgün orada, bir gün burada.*” şeklinde ifade edilmektedir (Görsel 24).



Görsel 23. Baran Filmi



Görsel 24. Baran Filmi

Baran filminde Afgan göçmenlerden, İran’ın sosyal yapısına ve toplumsal kurallarına uyum sağlamaları beklenmektedir. Bunun en belirgin örneği Baran’ın bir kadın olarak, evin geçimini sağlamak için erkek kılığına girmesi ve bir erkek gibi davranmasıdır. Baran’ın, geleneksel Afgan kültürünü terk ettiği görülmektedir. Toplumsal koşullar ve ekonomik zorunluluklardan dolayı Baran, egemen toplum karşısında, kendi Afgan kültürünün öğelerini kaybeder ve asimile olur (Görsel 25). Yönetmen Baran karakterini “*Baran kendini ifade edemeyen Afganistan’ı simgeliyor. Afganlar konuşamıyorlar*” ifadesiyle tanımlamaktadır (Dönmez, 2012: 83).

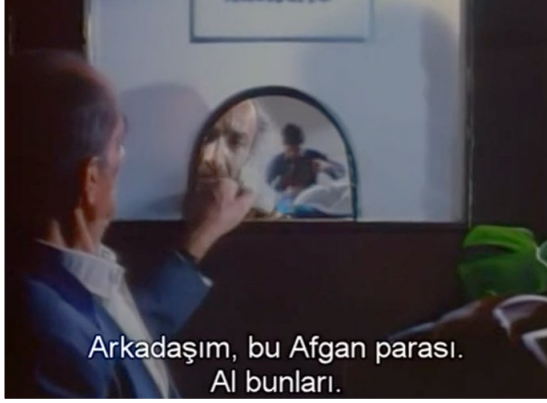


Görsel 25. Baran Filmi

Baran filminde asimilasyon stratejisine yer verildiği görülmektedir. Bu durumda çalışmamızın birinci hipotezi olan “*Baran* filminde asimilasyon stratejisine dair sahne bulunmamaktadır” ifadesi doğrulanamamıştır. Ayrıca yapılan çalışmamız sonucunda altıncı hipotezimizin desteklendiği görülmektedir. *Bisikletçi* filminde dört farklı sahnede asimilasyon stratejisi işlenirken; *Baran* filminde daha az sahnede ele alınmıştır.

7.4. Baran ve Bisikletçi Filminde “Ayrışma” Stratejisi

Bisikletçi filminde Afganistan'dan yeni göç eden Nesim'in hasta eşi, İran'da uzun bir tedavi sürecine ihtiyacı olduğu görülmektedir. Nesim, eşinin hastane masraflarını Afgan parası ile karşılamayı talep etmektedir. İran'a göç etmesine rağmen İran'ın resmi para birimi yerine kendi para birimini kullanmayı sürdürmeyi istemektedir. Ancak hastane yetkilisi bunu kabul etmemektedir (Görsel 26). Nesim'in bu tavrı kendi kimliğini ve kültürünü devam ettirme çabası olarak görülmektedir. Böylelikle İran kültüründen kaçınarak, kendi kimliğini koruma çabası bir ayrışma stratejisi olarak görülür.

Görsel 26. *Bisikletçi* FilmiGörsel 27. *Bisikletçi* Filmi

Filmde Afgan işçiler, düşük ücretli iş gücü, olarak kabul edilmektedir. Afgan göçmenlerin kuyu ve hendek kazımı gibi ağır işlerin yanı sıra kaçakçılık gibi yasa dışı işlerde de çalıştırıldığı görülmektedir. Afgan göçmenler işin vasfına, kolaylık ya da zorluk derecesine bakmaksızın yaşam mücadelesi vermektedir (Görsel 27). Filmde, işsiz Afgan işçileri şehir dışına hendek ve sulama amaçlı kuyular kazmak için götüren kamyon sahneleri tekrar tekrar yer almaktadır. İranlılar, göçmenlerden sıklıkla faydalanırken, bir yandan ülke ekonomisine katkıda bulunan bu işçiler sürekli olarak ayrıştırılır. *Bisikletçi* filminde Mahmelbaf, bu çelişkiyi gözler önüne sermeyi amaçlamaktadır (Wiacek, 2020: 66).

Afgan göçmen Nesim'in bisiklet sürdüğü yedi gün boyunca gösteriyi başarıyla tamamlamasını engellemek amacıyla birçok girişimde bulunulmaktadır. Bu süreç, ayrışma stratejisinin bir örneğidir; İranlı rakip ekip, Afgan kimliğine sahip Nesim'in, sağlığını ve güvenliğini hiçe sayarak çeşitli yollarla onu durdurmaya çalışmaktadır. Nesim'in gösteriyi sonlandırması için rakip ekip bir sağlık ekibi görevlendirmektedir. Bu sağlık ekibindeki İranlı doktor, Nesim'in gösterisinin başarılı bir şekilde sonlandırılmaması için çabalamaktadır (Görsel 28). Yedi gün bisiklet süren Nesim'in sağlığı ve güvenliği tehlikeye atılmaktadır. Nesim'in bisiklet sürdüğü gösteri alanına büyük taşlar getirerek alanın kapatılması bunlardan biridir (Görsel 29). Rakip takım ayrışma stratejisi benimsemekte; Nesim'i bireysel çabalarını ve kimliğini hiçe sayarak onu dışlamaktadır.

Görsel 28. *Bisikletçi* FilmiGörsel 29. *Bisikletçi* Filmi

Filmde yedi gün boyunca durmaksızın bisiklet sürdüğü gösterinin tanıtımında Nesim, Afgan kimliği ile öne çıkartılmaktadır; “*Bu Afgan mucizeler yaratıyor. Adı Nesim, ama tayfunu andırıyor. Gözleri bağlıyken*

bisiklet sürüyor. Hindistan'da bakışlarının sertliğiyle bir treni durdurdu. Pakistan'da birkaç boğayı tek parmağıyla kaldırdı. Bu seferde, tam yedi gün boyunca bisiklet sürüp, bisikletin üzerinde yaşayacak” şeklinde slogan ile tanıtımı yapılmaktadır (Görsel 30). Nesim’in ismi tam olarak telaffuz edilmemekte ve adından önce etnik kimliğinin söylenmektedir. Azınlık grubun kimliği ile baskın grubun kimliği sürekli ayrı tutulmaktadır.



Görsel 30. Bisikletçi Filmi



Görsel 31. Baran Filmi

Bisikletçi filminde Nesim’in ismi yerine “Afgan” olarak adlandırılması *Baran* filminde de işlenmektedir. Afgan göçmeni Baran, inşaat işinin zorlukları nedeniyle işvereni tarafından İranlı işçi Latif’in mutfaktaki işi ile yer değiştirilir. İşverenin bu değişim kararına itiraz eden Latif, Afgan işçi Baran’a kızmaktadır. Film boyunca Baran’a ismiyle hitap eden Latif, bu değişim sonucunda ona “Afgan” diyerek seslenmektedir (Görsel 31). Bu durum baskın grubun azınlık grubu bir tehdit olarak görmesi ve ona etnik kimliği üzerinden hitap ederek, ayrışma stratejisi benimsediği görülmektedir.

Baran filminde, inşaat alanı İranlı müfettişler tarafından denetlenmektedir (Görsel 32). Filmde, Afgan işçilerin sürekli olarak saklanmak zorunda kaldığı ve devletin, izinsiz olarak Afgan işçi çalıştıranlara karşı ciddi yaptırımlar uyguladığı vurgulanmaktadır (Çiftçi ve Alıcı, 2020: 35). Afgan işçiler, yasadışı ve düşük ücretler ile çalıştırılmaktadır. Bu bakımdan Afgan işçiler, İran vatandaşlarının haklarına sahip değildir. Göçmen işçiler, genellikle İranlı işçilere kıyasla daha düşük ücretler almakta ve daha kötü yaşam koşullarında bulunmaktadır. Bu durum, aralarında bir ayrımın oluşmasına yol açmaktadır. Sonuç olarak, yerel ve göçmen işçiler, aynı toplumsal sınıf içinde iki ayrı tabaka meydana getirmektedir (Erder, 2006: 31). Bu durum filmde birçok kez tekrar etmektedir. Afgan göçmen Baran’ın babası, inşaat işinde kaza geçirdiğinde; kazanın inşaat alanında olduğu bilgisi İranlı işveren tarafından gizlenmektedir (Görsel 33).



Görsel 32. Baran Filmi



Görsel 33. Baran Filmi

Baran filminde İranlı işçiler aldıkları ücreti az bulurlar ve işverenden maaşlarına zam yapmasını istemektedir. Fakat İranlı işveren, maaşta bir zam yapamayacağını Afgan işçilere de ücretlerini adil bir şekilde verdiğini belirtmektedir. İşverenin bu tutumuna karşılık İranlı işçiler, Afgan işçileri ile kendi kimlik, ırk ve kültürünü kıyaslayarak İranlı olmayı daha üst konuma yerleştirmektedir. İşçi sınıfı; İranlılar ve

ötekiler olarak, “İranlı işçiler, Afganlardan daha önemli değil mi?” sözleriyle bu ayrıma dikkat çekmektedir (Görsel 34).



Görsel 34. Baran Filmi

Baran filminde inşaat işinde Afgan işçilere yönelik denetimlerin artması sonucunda İranlı işveren, Afgan işçileri işten çıkartmak zorunda kalır. İşten çıkarılan Afgan işçiler, kendilerine ait kültürlerini sürdürebilmek için şehirden ayrılmaktadır. Latif, Baran’ın işten ayrılmasından sonra ona olan sevgi ve ilgisinden dolayı, Baran’ı bulmak için Afgan göçmenlerin çoğunlukta yaşadıkları bölgeye gitmektedir. Bu bölgede, Afgan göçmenlerin kendi giyim, yemek kültürünü ve yaşam tarzlarını devam ettirdikleri görülmektedir (Görsel 35). Afgan göçmenlerin, İran’daki baskın kültürden ayrılarak kendi kültürlerini yaşatmaya devam ettikleri ve ayrışma stratejisi benimsedikleri görülmektedir.



Görsel 35. Baran Filmi



Görsel 36. Baran Filmi

Afgan göçmenlerin, İran baskın kültürüne, yaşam ve ekonomik koşullarına uyum sağlamakta zorlandıkları ve buradan ayrılmak istedikleri görülmektedir. Filmin sonunda, Latif’in yaptığı para yardımı ile Necef ailesiyle birlikte Afganistan’a dönmesi, ayrışma stratejisinin en belirgin örneklerinden biridir (Görsel 36). Bu kararla Afgan göçmenler, İran’dan ayrılarak kendi kültürel bağlarını sürdürmeyi tercih etmektedir.

Bisikletçi ve *Baran* filmlerinde ayrışma stratejisi derinlemesine yer verilmektedir. Yapılan çalışmada *Bisikletçi* filminde beş farklı sahnede ayrışma stratejisi konu edinilirken; *Baran* filminde altı sahnede yer verilmiştir. Bu bakımdan üçüncü hipotezimizin desteklenmediği görülmektedir.

7.5. Baran ve Bisikletçi Filminde “Marjinalleşme” Stratejisi

Bisikletçi filminde; Afgan göçmen Nesim film boyunca çok az konuşmaktadır. Nesim’in iş bulma sürecinde ve eşinin tedavisi için hastanede bulundukları sırada hastane yetkilileri ile Nesim’in İranlı arkadaşı konuşmaktadır. Arkadaşı “Henüz iyi bir iş bulamadı. Yabancı, yeni göç etti” diyerek Nesim’in göçmen olduğunu ve bir uyum sürecinden geçtiğini belirtir. Nesim, İran diline alışamadığı gibi kendi dilini de arkada bırakarak, sessizliği tercih etmektedir. Afgan azınlık kimliğini ardında bırakıp göç etmesine rağmen henüz İran’ın baskın grubunda yer alabilmiş değildir (Görsel 37).



Görsel 37. Bisikletçi Filmi



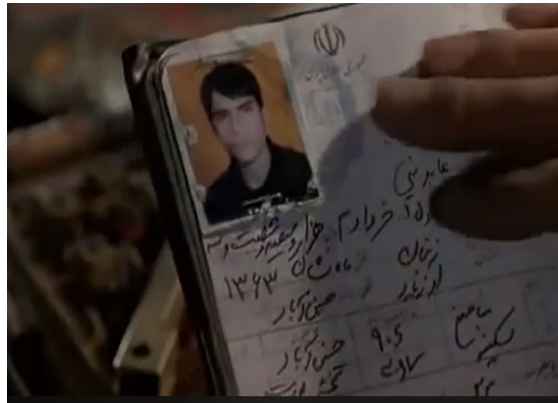
Görsel 38. Bisikletçi Filmi

Afgan göçmeni Nesim, hasta eşinin İran'daki hastane masraflarını ödeyebilmek amacıyla iş aramaya başlamaktadır. Afganistan'da bisiklet şampiyonu olmasına rağmen, İranlı işverenler tarafından bu yeteneği göz ardı edilmektedir. Görüştüğü bir İranlı işveren, Nesim'e yasal olmayan bir iş teklifinde bulunarak, onun kendi yeteneklerinden ve ahlaki-kültürel değerlerinden vazgeçmesini talep etmektedir (Görsel 38). İranlı işveren, Nesim'i kültürel ve ahlaki çerçevede ekonomik bir kazanç elde edeceği bir iş yerine, yasadışı bir iş teklifinde bulunmaktadır. Bu durumda Afgan göçmeni Nesim, hem bireysel yeteneklerinden hem de İran'daki ekonomik ve kültürel yaşamdan uzaklaştırılarak, marjinal bir gruba dahil edilmektedir.

Baran filminde, Afgan göçmeni Baran inşaat işinin ağır yükünü kaldıramaz ve bu nedenle İranlı işvereni, onu mutfak işlerine yönlendirerek İranlı işçi Latif ile yer değiştirmesini istemektedir. Ancak Baran'ın İran kimliği olmadığı için mutfak alışverişlerini gerçekleştiremeyeceğinden dolayı Latif'in kimliği ile marketten alışveriş yapılmasına karar verilir (Görsel 39). Baran, Afgan kimliğini geride bırakarak İran'da bir birey olarak var olma mücadelesi vermenin yanı sıra "kimliksizlik" gerçeğiyle yüzleşmektedir. Bu durumda Baran kendi kültürünü terk etmenin ve yeni bir kimlikliye uyum sağlamanın zorluğunu yaşadığı görülmektedir.



Görsel 39. Baran Filmi



Görsel 40. Baran Filmi

Filmin sonunda ise kimliğin önemi, güçlü bir şekilde vurgulanmaktadır. Latif, Afgan göçmeni Baran ve ailesine ekonomik olarak yardım edebilmek için kendi kimliğini satmaktadır (Görsel 40). Latif'in bu tutumu aslında hiçbir kimliğe ait olmamayı yani "kimliksizliği" seçtiğini göstermektedir. Latif'in İran kimliğinden vazgeçmesi, marjinalleşme stratejisini benimsediğini göstermektedir.

Baran ve *Bisikletçi* filmleri marjinalleşme stratejisine yer vermektedir. Bu durum, çalışmamızın dördüncü hipotezini desteklemektedir.

8. Sonuç ve Değerlendirme

Sinema, üretildiği coğrafyanın kültürel değerlerini izleyiciye aktarma amacı taşımaktadır. Sinema filmleri, üretildikleri toplumun ve kültürün birer izdüşümüdür. Bu bağlamda, sinema filmleri, toplumsal ve kültürel

değerlerden bağımsız gelişmemektedir. Aynı zamanda sinema, toplum tarafından göz ardı edilen etnik grupları ve eğilimleri de kapsamaktadır. Filmler, kültürel öğeleri yeniden üreten, işleyen, aktaran ve yeniden dolaşıma sokan kültürel bir üründür. Bu bağlamda sinema filmleri hem kültürü beslemekte hem de kültürden beslenmektedir (Bilsel, 2022: 56).

Bu çalışma kapsamında, yapılan doküman incelemesi sonucunda, İran sinemasında *Bisikletçi* ve *Baran* filmleri ele alınmıştır. İran ulusal sinemasının önemli yönetmenlerinden biri olan Muhsin Mahmelbaf, *Bisikletçi* filminde Afgan göçmenleri, İran'da yaşayan 'ötekileri' tasvir etmektedir. Yönetmen, filminde İran'a yeni göç etmiş bir Afgan ailenin toplumsal ve ekonomik uyum sürecini ve mücadelesini konu edinmektedir. Ayrıca yönetmen, filmiyle ülkedeki tüm halkları ve kültürleri çevreleyen kötü durum ve koşulları tasvir etme görevini üstlenmektedir (Johnson, 2018: 24).

İran film yapımcılığının Afganistan üzerine küresel bir sinemasal söylemin üretilmesindeki önemli bir role sahip Mecid Mecidi, *Baran* filmiyle İran'daki Afgan göçmenlerin sosyal ve ekonomik sorunlarını gündeme getirmekte etkili olmuştur. *Baran* filminde, bir inşaatta işçi olarak çalışan Afgan göçmeni Baran ile aynı inşaatta çalışan İranlı Latif arasındaki sevgi merkeze alınır. Yönetmen, erkek kılığına girerek çalışabilen Afgan kadın işçi Baran üzerinden, İran toplumundaki cinsiyete dayalı ayrımcılık biçimlerini ve yerleşik sınıf ayrımlarını vurgulamaktadır (Rastegar, 2011: 150).

Çalışmada örnekleme dahil edilen *Bisikletçi* ve *Baran* filmlerinde yer alan sahneler içerik analiz yöntemiyle; asimilasyon, ayrışma, bütünleşme, marjinalleşme aşamalarını içeren kültürel stratejileri bağlamında betimsel olarak analiz edilmiştir. Kültürel stratejilere yer verilen sahneler, bir tablo üzerinde içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Bisikletçi ve *Baran* filmlerinde yapılan incelemeler sonucunda, en çok bütünleşme stratejisine yer verildiği görülmektedir. Bütünleşme stratejisi, göçmen grubun hem kendi kültürünü koruma hem de diğer grupla etkileşimde bulunma isteğini ifade etmektedir. Yönetmenler, bu stratejiye filmlerinde daha fazla yer vererek, İran toplumuyla göçmen gruplar arasında bir uyum ve karşılıklı kabul süreci oluşturma düşüncelerini öne çıkartmışlardır. Yönetmenler bütünleşme stratejisini öne çıkararak, göçmenlerin; baskın toplumlar için değerli olduğu mesajını vermektedirler. Ayrıca, bu filmler, toplumun farklı kesimlerinden bireylerin göçmenlere yönelik önyargılarının kırılması için önemli araç olmaktadır. Filmlerin bütünleşme stratejilerine dair sahneler bakıldığında *Bisikletçi* filminde sekiz sahnede; *Baran* filminde ise on sahnede yer verildiği tespit edilmiştir.

Bisikletçi ve *Baran* filmleri, kültürel stratejiler bağlamında, sinematik bir çerçeve oluşturmada önemli bir referans olmuştur. Filmler, İran toplumu ile Afgan göçmenler arasındaki ayrışma stratejisini objektif bir şekilde ele almaktadır. Afgan göçmenlerin ekonomik ve sosyal yaşamda, baskın grupla eşit şartlara sahip olamaması gibi durumlar filmlerde işlenmektedir. Bunun en keskin örneği ise Afgan mültecilerin isimleri yerine etnik kimlikleriyle hitap edilmesi, çarpıcı bir ayrışma olarak görülmektedir. Filmlerde, alt ve üst kültürün inşası, karakterler arasındaki diyaloglar ve kişisel ilişkiler aracılığıyla ortaya çıkmaktadır. Modernleşme ile kırsal yaşam arasındaki ikilem, din, dış görünüş, aidiyet ve kimlik gibi toplumsal temalar, bireyler ve ilişkiler bağlamında ele alınmaktadır. Kültürel kodlar ve alt ile üst kültür unsurları, söylem düzeyinde yeniden üretilerek izleyiciye aktarılmaktadır (Bilsel, 2022: 67). İçerik olarak analiz edildiğinde *Baran* filmi, *Bisikletçi* filminden farklı olarak; ayrışma stratejisine daha çok sahnede yer verdiği tespit edilmiştir. Yönetmen Mecidi, seyirciye etnik bir ayrışmanın olumsuz etkilerini farklı sahnelerde aktarmaktadır.

İranlı yönetmenler Muhsin Mahmelbaf ve Mecid Mecidi, toplumda göz ardı edilen ve marjinalleşen göçmenleri filmlerinde yer vermektedir. Mecid Mecidi, *Baran* filminde Afgan göçmeni olan Baran karakterinin bir kimlik sahibi olamamasını konu edinir. Baran, Afgan kimlik ve belgelerini İran'da sürdüremezken, aynı zamanda resmi bir İran kimliğine de sahip değildir. Bu kimliksizlik, Afgan göçmenlerin baskın grupla aidiyet duygusunu geliştirmesini engellemektedir. Muhsin Mahmelbaf ise Afgan göçmeni Nesim'in marjinalleşmesini suskunluğu ve dilini terk etmesi üzerinden işler. Yönetmen, bu suskunluk üzerinden toplumun dışladığı, sessiz kalan ve görülmeyen göçmen grupları seyirciye sunar.

Her iki film, toplumun farklı kesimden bireyin Afgan göçmenlerle ilişkilerine yer vererek objektif bir dil benimsemiştir. Bu bağlamda filmler, baskın grubun inşasında, göçmen gruba yönelik asimilasyon stratejisi benimsendiğine dikkat çekmektedir. Asimilasyon stratejisi, genellikle baskın gruba ait normların ve değerlerin göçmen gruba dayatılmasını içeren bir süreçtir. Sinemada “öteki” üzerinden, baskın grubun sınırları, kimliği ve normları tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, kimlik tasvirleri yalnızca bireysel karaktere odaklanmakla kalmaz, aynı zamanda üretildiği topluma ait unsurları barındırmaktadır. Filmler kimlik inşası sürecinde, toplumun “ötekini” görme biçimine dair fikir vermektedir (Başhan, 2022: 99). Bu bağlamda, asimilasyon stratejisine *Baran* filminde üç ayrı sahnede yer verilmektedir. *Baran* filminde Afgan göçmenler, ekonomik ve sosyal yaşamda baskın grup tarafından kabul görmek için uyum sağlamayı tercih etmektedir. *Bisikletçi* filminde ise asimilasyon stratejisine dört ayrı sahnede yer verilmektedir. Filmdeki Afgan göçmenler, bir tehdit olarak görülüp asimile edilmek istenmektedir.

Sonuç olarak, İranlı yönetmenler Afgan göçmenlerin yaşadıkları zorlukları ve deneyimlerini sinema aracılığıyla izleyiciye aktarmayı hedeflemektedir. Bu filmler, kültürel stratejiler açısından analiz edildiğinde her iki filmde de en çok bütünleşme stratejisine yer verildiği görülmektedir. Yönetmenler göçmen grup ile baskın grup arasında arzu edilen bütünleşmeyi sinema aracılığıyla topluma aktarmayı amaçlamaktadır.

Kaynakça

- Akcan, E., & Kara, M. (2021). Eğitim konulu filmlerin sınıf yönetiminin boyutları açısından incelenmesi. *Yaşadıkça Eğitim*, 35(2), 671–695.
- Aktaş, C. (2015). *Şarkı'nın Şiiri İran Sineması*. İz Yayıncılık.
- Alanka, D. (2024). Nitel bir araştırma yöntemi olarak içerik analizi: Teorik bir çerçeve. *Kronotop İletişim Dergisi*, 1(1), 64–84.
- Başhan, E. (2022). Sinemada sosyal kontrol ve düzen: Sosyal normlar ekseninde Yeraltı filminin incelenmesi. İçinde G. Parlayandemir (Ed.), *Sinema Sosyolojisi*. Eğitim Yayınevi.
- Berry, J. W. (2001). A psychology of immigration. *Journal of Social Issues*, 57(3), 615–631.
- Bilsel, Ö. Ç. (2022). Kültür olgusunu Kış Uykusu filmi üzerinden okumak. İçinde G. Parlayandemir (Ed.), *Sinema Sosyolojisi*. Eğitim Yayınevi.
- Cuche, D. (2013). *Sosyal bilimlerde kültür kavramı* (T. Arnas, Çev.). Bağlam Yayıncılık.
- Çiftci, T., & Alıcı, B. (2020). Günümüz İran sineması'nda bir “öteki”: Afganlı mülteciler. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 2(1), 26–45.
- Dabaşı, H. (2013). *Muhsin Mahmelbaf*. Agora Kitaplığı.
- Demirpolat, A., & Şener, E. (2020). İran'da toplumsal gerçeklik ve sinema ilişkisi üzerine dönemsel bir karşılaştırma: Sohrab Şehide Sales'in “Cansız Tabiat” ve Mecid Mecidi'nin “Serçelerin Şarkısı”. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 415–433.
- Dönmez, G. (2012). *Ötekinin Sineması*. Agora Kitaplığı.
- Eagleton, T. (2000). *Kültür Yorumları* (Ö. Çelik, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Eisenstein, S. M. (1993). *Sinema Sanatı* (N. Şarman, Çev.). Payel Yayınları.
- Entezari, M. (2015). “*The Other Self: Representations of Afghans in Iranian Cinema*”. The University of Texas at Austin.
- Erder, S. (2006). *Refah Toplumunda Getto*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.



- Erdoğan, M. (2022). *Kültürleşme ve Kültürlerarası Duyarlılık Sürecinde Sosyal Medyanın Etkinliği: Yabancı Uyraklı Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma (Doktora tezi)*. Selçuk Üniversitesi.
- Güvenç, B. (1979). *İnsan ve Kültür*. Remzi Kitabevi.
- Johnson, J. (2018). Iran's others through cinema: Ethnicity and the politics of representation in contemporary Iran. *DĀNESH: The OU Undergraduate Journal of Iranian Studies*, (3).
- Karahan, S., & Uca, S. (2022). Disleksi vakasının teorik çerçevede incelenmesi: "Yerdeki Yıldızlar" filmi üzerine nitel bir araştırma. *İBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (13), 70–95.
- Kartarı, A. (2006). *Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim*. Ürün Yayıncılık.
- Kaya, T. (2018). Filmlerde Türkiye'den Almanya'ya işgücü göçü: Son bölüm. *Loji*, 1(1), 101–121.
- Koç, M. (2018). *Türkiye'ye Düzensiz Afgan Göçü ve İran'ın Göç Politikaları*. İram Yayınları.
- Majidi, M. (2018). Majid Majidi: "Kendi festivallerimizi üretmemiz gerekiyor". *TRT Akademi*, 3(5), 374–382.
- Türk Dil Kurumu. (2011). *Türkçe Sözlük* (Ş. H. Akalın, Haz.).
- Torun, A. (2021). Sunuş: Göç ve sinema. *Göç Dergisi*, 8(3), 377–381.
- Ulusay, N. (2008). *Melez İmgeler*. Dost Kitapevi Yayınları.
- Pösteği, N. (2001). *Toplumsal Değişim Süreci Bir Etkileme Aracı Olarak Sinema ve 90'lar Türkiye Sineması* (Doktora tezi). Marmara Üniversitesi.
- Rastegar, K. (2011). Global frames on Afghanistan. İçinde Z. Jalalzai & D. Jeffries (Ed.), *Globalizing Afghanistan, Terrorism, War, and the Rhetoric of Nation Building*. Duke University Press.
- Rasuli, K. (2021). Kültür diplomasisi: İran'ın Afganistan'a yönelik kültürel diplomasi faaliyetleri üzerine bir inceleme. *SDE Akademi Dergisi*, 1(2), 42–73.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323–343.
- Özer, G., & Arkan, Y. (2023). Willkommen in Deutschland filmi örneğinde kültürlerarası iletişim ve kültürlerarası iletişimde karşılaşılan sorunlar. *Disiplinlerarası Dil ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 23–35.
- Özlem, D. (2008). *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi*. Doğu Batı Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Zarkar, R. (2012). Afghan diasporic literature: A refugee narrative from the heart of urban Tehran. Erişim: <https://ajammc.com/2012/02/14/Afghan-Diasporic-Literature-A-Refugee-Narrative/>.
- Wiacek, E. (2020). Transnational dimensions of Iranian cinema: "Accented films" by Mohsen Makhmalbaf. *Studia Migracyjne-Przegląd Polonijny*, 46(3).



Araştırma Makalesi • Research Article

The Commodification of Nostalgia: Tracing the Past in Streaming Services

Dr. Türker Söğütölüler,^a

^a Aydın Adnan Menderes University, Türkiye

turkersogutluler@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1154-1112

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 13.02.2025

Received in revised form: 28.04.2025

Accepted: 27.06.2025

Keywords:

Nostalgia

Digital Culture

New Communication Technologies

Yeşilçam

YouTube

Audience

ABSTRACT

The concept of nostalgia, whose origins date back to the 17th century, was initially defined within the discipline of psychiatry to describe an intense longing for the past. Over time, nostalgia has alternately been the subject of criticism and interest within the scientific community. In the digital age, screens have emerged as one of the most prominent agents in reflecting feelings of nostalgia to society. In Türkiye, the strong emotional bond that audiences have formed with television and cinema productions has, in the 21st century, merged with digital platforms, and interest in works produced in the past has continued. This study focuses on Yeşilçam production companies that actively use YouTube as a screening medium, aiming to examine viewers' nostalgic tendencies. In the first phase of the analysis, the quantitative parameters of the productions were taken into account: a total of sixty films—comprising the twenty most popular films from each channel—were categorized by genre. Among these, the three most popular were analysed using content analysis. The study adopted a mixed-method approach, and statistical data were processed using IBM SPSS Statistics 26.0. It was found that 70% of the most-viewed productions belonged to the comedy genre, followed by drama (13.3%), adventure (11.7%), and action (5%). It was observed that productions reflecting the past elicited a positive and reflective sense of nostalgia among viewers; the cast and content genre were identified as significant factors influencing viewership. Ultimately, the study concludes that prominent production companies of the period have transformed elements of collective memory into nostalgic commodities by utilising digital means.

Keywords: Nostalgia, Digital Culture, New Communication Technologies, Yeşilçam, YouTube, Audience

MAKALE BİLGİSİ

Makale Bilgisi:

Başvuru Tarihi: 13.02.2025

Düzeltilme Tarihi: 28.04.2025

Kabul Tarihi: 27.06.2025

Anahtar Kelimeler:

Nostalji

Dijital Kültür

Yeni İletişim Teknolojileri

Yeşilçam

YouTube

İzleyici

ÖZ

Kökenleri 17. yüzyıla dayanan nostalji kavramı, geçmişe duyulan baskın bir özlem duygusunu ifade etmek amacıyla psikiyatri disiplini öncülüğünde tanımlanmıştır. Nostalji kavramı bilimsel alanda kimi zaman eleştirilmiş, kimi zaman da ilgi odağı olmuştur. Dijital çağda ekranlar, nostalji duygusunu topluma yansıtmada en önemli aktörlerden biri haline gelmiştir. Türkiye’de izleyicilerin televizyon ve sinema eserleri ile kurduğu yakın bağ 21. yüzyılda dijital platformlarla bütünleşmiş, geçmişte üretilen eserlere yönelik ilginin de sürdüğü gözlemlenmiştir. Araştırmada YouTube platformunu aktif bir gösterim mecrası olarak kullanan Yeşilçam yapımcılarına odaklanılmış, izleyicilerin nostaljik eğilimlerini incelemek amaçlanmıştır. İncelemelerde öncelikle yapımların nicel parametreleri göz önüne alınmış, her kanalın en popüler yirmi filmi olmak üzere toplamda altmış film türlerine göre kategorilendirilmiştir. Bu filmlerden en popüler olan üçü içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Karma yöntem benimsenen araştırmanın istatistiki verilerinin sunumunda IBM SPSS Statistics 26.0 programı kullanılmıştır. İzlenme oranı en yüksek yapımların %70 oranla komedi türüne ait olduğu tespit edilmiş, bunu %13,3 ile dram, %11,7 ile macera ve %5 ile aksiyon türleri izlemiştir. Geçmişe yansıtan eserlerin izleyiciler tarafından pozitif, reflektif bir nostaljik duygulanımla karşılandığı görülmüş; oyuncu kadrosu ve içerik türünün izlenme oranlarına önemli etkisi olduğu saptanmıştır. Dönemin önde gelen yapımcı şirketlerinin dijital olanakları kullanarak kolektif belleğe ilişkin unsurları nostaljik metalara dönüştürdüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Nostalji, Dijital Kültür, Yeni İletişim Teknolojileri, Yeşilçam, YouTube, İzleyici



Atıf Bilgisi / Reference Information

Söğütölüler, T. (2025). The Commodification of Nostalgia: Tracing the Past in Streaming Services, *International Journal of Cultural and Social Studies*, 11 (1), s. 40-61.

1. Introduction

The feeling of nostalgia, which was mentioned by Swiss medical student Johannes Hofer in the 17th century to describe an overwhelming sense of longing for the past, was regarded as a phenomenon potentially leading to various symptoms when the concept first emerged. Described in the *Dissertatio Medica de Nostalgia, oder Heimwehe*, the feeling of nostalgia was applied to the spiritual pain experienced by Swiss mercenaries caused by their separation from home, and this understanding of the concept persisted until the 19th century (Martin, 2011).

The boundaries of the concept, which is characterised by a longing to return to memories, places, and times, have been expanded particularly by researchers in the social sciences; in this way, nostalgia has evolved beyond being a concept limited to the health sciences literature to encompass its association with social practices. One such connection has been established with the mass media industry, which significantly influences the social sphere as a whole.

Technological revolutions, and especially the integration of art and society within digital media through internet technology, have created a need for new definitions; the representation of the past within digital domains has heightened interest in the concept of nostalgia. The modern technologies of mass communication, which establish the digital bridge between art and society, have also been among the phenomena facilitating the presentation of nostalgia in digital spaces. One significant domain that redefined the concept of nostalgia through its integration with mass communication is undoubtedly the cinema and television industry.

The strong bond between Turkish society and the cinema and television industry ensured that the works produced between 1945 and 1980 retained their significance. This period, known as the Yeşilçam era, was when the Turkish cinema-television industry developed its own identity and narrative patterns and fostered a positive perception of the industry among audiences. The association of Yeşilçam cinema with positive notions such as innocence, genuineness, and sincerity in the minds of Turkish audiences has fostered a positive and reflective sense of nostalgia for the works of the past. One of the reasons why these works have not been forgotten, despite the considerable time that has elapsed since their initial release, is the producers' adoption of strategies to adapt to the evolving practices in the publishing field. Production companies of the Yeşilçam era initially distributed their works through conventional television broadcasting and later transitioned to streaming services, making these works a part of the audience's memory.

Technological advancements have profoundly transformed the cinema-television industry, and the interactive nature of internet technology enabling video sharing has led to an unprecedented transformation in the viewing experience. Prominent production companies of Yeşilçam responded actively to the industry's evolving landscape, and the works instrumental in shaping the narrative patterns and identity of Turkish cinema were subsequently transferred to streaming services after their television debut. One of these platforms was YouTube, a dominant platform in shaping global viewing habits, which establishes an ecosystem driven by advertising revenue while empowering each user to also act as a producer.

In the study, the activities of the production companies associated with the Yeşilçam era of Turkish cinema on the YouTube platform, alongside quantitative data from the channels, were analysed through the content analysis method. The findings from the analyses revealed that the production companies in the

sample maintained the strong connection between Yeşilçam and the Turkish audience via a streaming service. In the light of these analyses and the literature on the concept of nostalgia, it was concluded that Arzu Film, Erler Film, and Erman Film companies have transformed their productions into nostalgic commodities; Yeşilçam audiences tend to engage with these works through a positive and reflective nostalgic lens; and the companies have updated their revenue models by leveraging digital opportunities.

2. Conceptual Framework: An Overview of the Concept of Nostalgia

The concept of nostalgia, defined by Swiss medical student Johannes Hofer in the 17th century in his *Dissertatio Medica de Nostalgia, oder Heimwehe*, came to be understood as the act of longing for the past, with particular attention given to it by psychiatry and the psychological sciences. After the publication of Hofer's thesis, numerous articles on the subject were authored by medical practitioners. In 1688, Johannes Hofer, a medical student seeking a term to describe the emotional and mental symptoms observed in Swiss mercenaries serving far from home, coined the term nostalgia, derived from the Greek words *nosos* (return to the homeland) and *algos* (pain or sorrow), as a counterpart to the German term *Heimweh*. This term denoted a spiritual pain linked to a psychiatric disorder caused by forced separation from one's social and geographical environment during childhood and adolescence (De Diego & Ots, 2014; Hofer, 1934). Hofer stated that nostalgia could cause symptoms such as persistent thoughts of returning home, melancholy, insomnia, loss of appetite, thirst, weakness, anxiety, heart palpitations, a feeling of suffocation, drowsiness, and fever. He believed that nostalgia was more common in the autumn-winter seasons, as yellowing leaves, hazy sunlight, dormant plants, and other elements symbolising winter evoke feelings of sadness. At the time the concept was introduced, nostalgia was considered a treatable disease, and Swiss medical practitioners believed that opium and leeches could alleviate the symptoms of nostalgia (McCann, 1941, s. 165-166; Boym, 2007). The concept, which has been widely used to describe the grief stemming from an intense yet unfulfilled desire to return home, did not undergo any semantic change for two centuries after its emergence. Nostalgia, at one point regarded as an occupational disease of sailors and soldiers, retained its medical significance in the medical field until the 19th century as a condition believed to cause various mental and physical health issues¹ (Sullivan, 2010, s. 585).

Most researchers have attributed the origin of the concept not to a longing for a lost past, but to a geographical yearning for one's homeland, and emphasised that it should be framed within medical discourse as a disease rather than being attributed an aesthetic or philosophical meaning (Davis, 2017, s. 17). Studies challenging common assumptions about nostalgia emerged particularly in the second century following the introduction of the concept. The first of the two main arguments about the concept is that nostalgia has consistently been used to express the innocence, sincerity, and naivety of the past. The second is its widespread use to describe a past that is perceived as preferable to the present. According to Howard (2012, s. 645), while nostalgia can indeed be associated with a longing for the past linked to good memories, it is mistaken to identify the concept solely with good memories. According to Margalit (2011, s. 271), unconditionally idealising the past and equating it with concepts evoking positive connotations, such as innocence, purity, and cleanliness, can have dangerous consequences, potentially leading to social moral degeneration. For this reason, nostalgia cannot be reduced solely to the idealisation of the longed-for past, and attitudes towards the concept have evolved over time within scientific and philosophical perspectives.

At various times, nostalgia has been perceived as the conceptual opposite of progress and modernisation and has been dismissed as embodying regressive, sentimental, and melancholic connotations (Pickering & Keightley, 2006, s. 919). Criticism of nostalgia is often dismissive, linking the concept to the dominant conservative paradigm in society. Some researchers argue that nostalgia holds significance for all social groups and should be regarded as a lens through which to approach the past (Tannock, 1995, s. 453). Some researchers have also suggested that nostalgia fosters optimism and motivation, arguing that it can enhance the desire to alter compulsive behaviours by engaging the inner or authentic self (Sedikides &

¹ Since the concept is mostly associated with psychiatry in the field of health sciences, the term 'medical sciences' is preferred over 'health sciences'.



Wildschut, 2023, s. 275). For this reason, it is possible to talk about the strong effects of nostalgia, which is an emotion expressing longing for the past, on individuals' life, emotional state, view of the “moment” and imagination of the future.

The interest in the concept of nostalgia has a long history in the social sciences and is closely tied to the transition from traditional to modern society². With the establishment of sociology as a distinct discipline, the relationship between the concept and the social sciences has deepened; the foundations of this relationship have been particularly significant for the field of communication sciences, which draws heavily from sociological literature. Although the concept of nostalgia is not directly tied to the discipline of sociology, in recent years sociologists have started to view it as a suitable framework for understanding contemporary societies' connections to the past. For instance, prominent figures in the field, such as Svetlana Boym, Janelle L. Wilson, and Zygmunt Bauman, have attempted to conceptualise the social presence, meaning, and evolving significance of nostalgia, particularly from a socio-political perspective. Many social scientists have also proposed ideas for examining nostalgia within specific sociological research fields (Jacobsen, 2023; Jones, 2008, s. 164). Sociological interest in nostalgia has centred on issues such as the formation and maintenance of the self, as well as the central role it plays in shaping society's sense of collective identity. These efforts, which have established a connection between nostalgia and memory, have extended the concept to the dynamic disciplines of the social sciences. Communication sciences, with its dynamic nature, has shifted the focus of the concept to the mass media industry.

In the field of social sciences, numerous studies focusing on the concept of nostalgia and the cinema-television industry have been conducted, yielding significant findings that contribute to the field. *Screening the Past: Memory and Nostalgia in Cinema* has become a prominent source by examining the works of contemporary directors such as Martin Scorsese, Kathryn Bigelow, Todd Haynes, and Wong Kar-wai within the framework of nostalgia, incorporating discussions on cinema's role in mediating history through memory and nostalgia (Cook, 2004; Avlar, 2022). The cinema-television industry and the concept of nostalgia have frequently been juxtaposed; researchers have explored topics involving strong sociological debates, including memory, popular culture, masculinity, digitalisation, Queer theory, sexual politics, identity, aesthetics, and diaspora. These influential studies in the literature have particularly emphasised the relationship between memory and nostalgia while simultaneously drawing sharp distinctions between history and nostalgia. Researchers have argued that history is concrete, material, emotionless, factual, chronological, systematic, representational, realistic, collective, and unique, whereas nostalgia is emotional, social, psychic, fictional, surreal, relational, conditional, epic, representational, and melancholic. For this reason, by underscoring the stronger connection between memory and nostalgia, they have concentrated on examining the cinema-television industry and structured their research within this framework (Cook, 2004; Acar, 2023; Falkowska, 2006; Fu, 2001; Lee, 2008; Özkent, 2020; Padva, 2014; Powrie, 1997; Raj & Suresh, 2024; Sielke, 2019; Sperb, 2019).

The relationship between the cinema-television industry and the concept of nostalgia has been frequently discussed in Türkiye. These discussions have emphasised interpreting the cultural and social values of Turkish society and the concept of nostalgia from a relational perspective. Studies have established the connection between nostalgia and the cinema-television industry within the framework of themes such as memory, digitalisation, love, audience reception, historicisation, space, popular culture, international communication, and destination marketing. Researchers have reported significant findings regarding the reproduction of Turkish culture on screen through cinema-television productions, the positive

² Nostalgia, which is defined as ‘emotion’ in medical sciences, finds expression as ‘concept’ in social sciences. In this study, the literature on nostalgia is analysed by considering these two distinctions.

effects of the international circulation of these works on the country's promotion, the use of music as a trigger for nostalgia, and the re-historicisation of sociological themes such as poverty, marginalisation, and labour exploitation through cinematic and television narratives. In studies focusing on the relationship between nostalgia and the cinema-television industry in Türkiye, it has been observed that TV series exploring the Ottoman period or epic narratives from Turkish history are particularly prominent. These studies have examined the reconstruction of the past on screen through nostalgic narratives incorporating Turkish cultural motifs, the role of productions in intercultural communication, and the relationship between nostalgia and the cinematic arts (Aker, 2021; Aslan, 2019; Avcı, 2019; Avlar, 2024; Çağlar, 2018; Koçer & Güner, 2021; Kaya, 2011; Öztürk, 2015; Özyürek, 2006; Şavk, 2023; Yavuz, 2020)

Interest in the concept of nostalgia in communication sciences has also grown, particularly in examining its effect on consumer and user behaviour (Havlena & Holak, 1991, s. 323). The establishment of the relationship between nostalgia, regarded as a social phenomenon in communication sciences, and consumer culture has further strengthened the link between social sciences and the concept. Subsequently, academic interest in the positive and negative aspects of nostalgia's role in consumer behaviour—including advertising, TV series, cinema, consumption, and product selection—has grown. Moreover, the impact of presenting nostalgic products as commodities has been recognised and increasingly examined (Weingarten & Wei, 2023, s. 101555). Studies focusing on music, TV series, films, movie stars, and fashion products have shown that items popular during a consumer's youth can influence their lifelong preferences. Additionally, research has indicated that the nostalgic effects of consumer products may vary across genders and generations. At this point, the metafiction of nostalgia has become a crucial topic of discussion. The commodification of nostalgia has primarily occurred through the recognition that products can be reintroduced for consumption with the aid of mass media. The re-presentation of products that evoke a longing for the past and the realisation that similar emotions can be stimulated in millions of people have been key factors in the commodification of nostalgia (Panelas, 1982, s. 1425). The commodification of nostalgia is a phenomenon deeply embedded in the cultural mechanisms of Western societies. Various manifestations of this process can be observed in almost every individual. It is characterised by the consumption of products that evoke nostalgic feelings and emotions—typically positive—about the past (Jeziński & Wojtkowski, 2016, s. 96).

Focusing on the subject in light of the aforementioned literature, it becomes evident that each discipline must establish its own definition due to the profound meaning and variable nature of the concept beyond what is visible (Schindler & Holbrook, 2003, s. 275). One such definition has been developed in the field of art, which is inherently intertwined with the cinema-television industry. While artefacts presented to society for consumption through mass communication products are commodities, artistic artefacts are not always commodified. The relationship between art and nostalgia differs from that between nostalgia and the mass media industry, necessitating a distinct definition in the field of art and the classification of nostalgia into various types.

2.1. Approaches to the Classification of the Concept of Nostalgia

The feeling of nostalgia, associated with an emotional longing for the past, remains a prominent theme in artistic works across various disciplines. Nostalgia, which holds significance in cultural, social, and artistic contexts, profoundly influences both the creative process of artworks and the way they are perceived by audiences. Originally rooted in medical sciences, the concept shifted in the 20th century from the dominance of medical discourse to becoming a subject of social sciences and artistic expression (Boym, 2008). The relationship between nostalgia and artistic creation has secured a privileged place in literature and visual arts. Nostalgic elements, which serve as mediators in the recollection of memories, have built bridges between the present and the past through artistic creation.

Some studies on the concept of nostalgia have classified it into various categories, which have played a significant role in examining its origins within communication sciences and art. One of the most prominent classifications was introduced by Svetlana Boym (Boym, 2008). Focusing on how nostalgia



functions in global culture, Boym divided the concept into *restorative* and *reflective* nostalgia. According to Boym, *restorative nostalgia* represents the desire or intention to reconstruct the past, rebuild history, and return to it. The past is characterised by harmony, peace, happiness, and virtue—an idealised golden age that, despite being distant from present conditions, is longed for as something worth reclaiming. *Restorative nostalgia*, in this sense, often involves a comparison between the past and the perceived shortcomings of the present, favouring the former as the superior era. It frequently entails an effort to establish one as superior to the other (Boym, 2007; Horvath, 2018, s. 151).

Reflective nostalgia refers to a process in which one is aware that the past cannot be reversed. According to this perspective, rather than attempting to reconstruct the past, the individual seeks to satisfy their longing for it by reinterpreting it in light of present conditions. *Reflective nostalgia* recognises the selective and transformative mechanisms of memory (including collective memory) and does not fully trust the images constructed about the past. The act of idealising ‘moments’ is absent in *reflective nostalgia*; instead, it involves the satisfaction of desire (Boym, 2008; Horvath, 2018, s. 151). The concept of *reflective nostalgia* is frequently encountered in the artistic field, where works of art serve as significant products in fulfilling nostalgic longing.

Another classification of nostalgia divides the concept into *positive* and *negative* nostalgia. *Positive nostalgia* is associated with past memories that evoke happy, uplifting emotions and is generally linked to feelings of warmth, sincerity, happiness, and comfort. *Negative nostalgia*, on the other hand, refers to the recollection of bittersweet or even painful memories from the past. It is commonly associated with emotions such as longing, regret, sadness, and the negative aspects of memories (Newman & Sachs, 2020, s. 2185; Abeyta, Routledge, & Kaslon, 2020, s. 1219; Putri, Andangsari, Hurriyati, Fitri, & Dhamayanti, 2023; Sedikides, Wildschut, Arndt, & Routledge, 2008).

Nostalgia, a powerful emotion frequently found in the works of influential artists, not only evokes a longing for the past or sentimentality but also facilitates strong connections between artistic creations and both individual and collective memories. Artists such as Amber-Jane Raab and Steve Rawlings consciously incorporate visual elements, colour tones, and design features reminiscent of past eras to re-present emotions and memories from the past. Nostalgic artworks often aim to evoke a desire to return to a specific moment by recalling popular cultural and artistic products from a particular period. Such reminiscence may include symbols, musical works, the fashion industry, and film or television productions that hold a special place in collective culture (Rare, 2023). Although the emergence and widespread use of the concept of nostalgia are strongly linked to modernity and popular culture, the concept has not been directly utilised in artistic creation. The field of literature, in particular, has played a pioneering role in incorporating nostalgia into its works (Salmose & Sandberg, 2024, s. 70). Nostalgia also occupies a significant space in the visual arts and the mass media industry. At this point, some artists and producers have concentrated on maximising the benefits they can achieve through the commercialisation of nostalgia. Lowenthal's *The Past Is a Foreign Country* examines how societies engage with and interpret the past, arguing that people's perceptions of and responses to the past are shaped by specific underlying principles (Lowenthal, 2015; Murphy et al., 2017, s. 201).

Humans, by nature, possess a sense of longing for the past, which holds significant importance for artistic expression. The passage of time not only signifies the process of maturation for human beings but also serves as a reminder of the irretrievable past and the finitude of life. Artists often draw on their personal past and experiences as sources for the creation of nostalgic artworks. These artefacts re-present events within the framework of the artist's economic, cultural, social, and symbolic capital, mediating the

establishment of a connection between the receiver and the period in question³. Moreover, by addressing timeless, spaceless, and universal themes, artists can connect with the nostalgic orientation of the receiver, evoking shared experiences such as childhood, love, and innocence. These forms of expression in artworks facilitate individuals' recollection of their past, their assimilation of the passage of time, and sometimes the complex affect of joy and melancholy, or even the devaluation of the present. Nostalgia can also be tied to specific cultural or social movements, with artists reinterpreting these movements from an artistic perspective to convey the feelings, sounds, images, and memories of the past. In these ways, nostalgic elements serve as powerful tools for establishing an emotional connection between the artwork and its receiver (Boym, 2008; Köse & Aydın, 2020, s. 757; Rare, 2023; Satır, 2021, s. 116).

The concept of nostalgia and all products associated with it significantly shape the production and consumption practices of works of art (Hindelang & Radwan, 2023, s. 121). In the visual arts, cinema and television productions hold a privileged place in the presentation of nostalgia. Since their inception, cinema and television have become tools that rapidly integrated into daily life and influenced the social sphere. Scholars studying cinema and television conduct both empirical and theoretical research, emphasising their inseparability from social structures and artistic textures in material and symbolic terms (Kay, Mahoney, & Shaw, 2017). Cinema and television productions, whose consumption channels have been transformed by the digitalised mass media industry, have created the need for new avenues of research.

3. Digital Culture, Memory, and the Digitalisation of the Past

It has been frequently emphasised in the academic field that historically significant events have reshaped the social practices of human life. Additionally, it has been noted that the technological revolution centred around information technologies has rapidly transformed the material basis of society (Castells & Blackwell, 1998, s. 631). With technological advancements, economic structures across the globe have become increasingly interdependent, leading to the emergence of new and unprecedented forms of interaction in the social sphere. Undoubtedly, one of the main drivers of this process was the Industrial Revolution, which laid the foundations of a world built on organised, hierarchical structures. This period was characterised by a rapid modernisation process and transformative changes in areas with significant social impact, including urbanisation, trade, consumption, communication, and war (Ryan, 2010).

Technological innovations, which gained momentum with the Industrial Revolution, became increasingly visible in the social sphere by the end of the 20th century, making many technologies more accessible. The process leading to the development of communication and information technologies has irreversibly transformed how societies establish social, cultural, and economic relations on a global scale. All practices associated with a new technological revolution based on information and communication technologies have been shaped according to the evolving needs of society. The rise of digital culture has been analysed from a relational perspective, focusing on issues such as information, entertainment, production, and consumption. According to Castells, the new technological paradigm has created a social structure referred to as the 'network society' (Castells, 2009). Viewing digitalisation and digital culture as integral components of the network society, Castells particularly emphasised the transformative impact of the Internet on societies. He argued that the world has undergone a paradigm shift during this structural transformation, with its most significant effects being felt on the social plane. Technological revolutions, which deeply influence social life and necessitate the redefinition of social phenomena, have facilitated the formation and rise of digital culture (Castells & Gustavo, 2005).

The term *digital culture* has been used to describe one of the most significant transformation processes of the modern era, encompassing various concepts such as the internet, algorithms, machine learning, artificial intelligence, information theory, and computer science. Undoubtedly, one of the primary drivers of digital transformation has been advancements in internet technologies (Giannini & Bowen, 2019,

³ The concept of capital was introduced into the literature by French sociologist Pierre Bourdieu and has become a crucial framework in the social sciences for understanding individuals' social positions. Bourdieu developed the concept based on his field research and empirical scientific data (Bourdieu, 2018).

s. 3). Innovations such as the interactive structure of Web 2.0 technology and its capability to facilitate video transfer have necessitated a reconsideration of everyday life practices, which are central research areas in psychology, sociology, and communication sciences. These innovations have altered entertainment and information consumption, while digitalisation processes have redefined both production models and consumption patterns (Başer & Söğütlüler, 2023). This shift has also impacted the cinema-television industry, where video-on-demand (VOD⁴) platforms have allowed viewers to consume content from the comfort of their homes, free from the constraints of time and space.

One of the platforms that radically transformed the act of watching in the rising digital culture was YouTube (YouTube, 2024; Söğütlüler & Başer, 2023). Founded in 2005, the platform, which now operates under Alphabet Inc., laid the foundations of the interactive video-sharing process with its structure that enables users to upload their own amateur or professional content and created an ecosystem based on advertising and subscription revenue.

The YouTube platform has come to the forefront by offering its users the opportunity not only to watch content but also to produce it, enabling each viewer to become a potential broadcaster. In addition, viewers can comment on the content, express their likes or dislikes through buttons, and share it with others via their preferred channels. This dynamic contributes to the transformation of a digital culture centred on the act of watching, while simultaneously blurring the boundaries between viewers and content producers (Akgöl & Aydın, 2023).

The YouTube platform, which constitutes the research field of this study, serves as a medium where the works from the golden era of Turkish cinema, known as Yeşilçam, are re-presented. Considering the close connection between Turkish society and the Turkish cinema-television industry, alongside the radical transformations in modern audience tendencies driven by internet technology, this research holds significant importance. An examination of Yeşilçam cinema's position in the memory of modern Turkish audiences reveals a focus on period productions imbued with a sense of nostalgia and a positive nostalgic affect. As part of the digital culture, Yeşilçam production companies have chosen to re-present their works on the YouTube platform to cater to this sentiment. This research centres on this phenomenon, examining the activities of key production companies in the Turkish cinema-television industry on the YouTube platform. The research design, detailed in the following section, investigates the audience tendencies of viewers of nostalgic Yeşilçam works, focusing on their motivations for watching, liking, and commenting.

3.1. Research Aims, Questions, and Hypotheses

The research is grounded in the idea that there is a close connection between Yeşilçam and Turkish society (Aytekin, 2019), and that the works of this period evoke a sense of longing in the audience, thereby maintaining their popular position in streaming services. The aim of the research is to examine how modern Turkish audiences utilise digital opportunities to experience nostalgic affect and to reveal the attitudes of production companies. The research sought to address the following hypotheses and research questions.

RQ1: How do Yeşilçam films on streaming services affect viewers' perception of nostalgia?

RQ2: How do the genres of Yeşilçam films affect their popularity on streaming services?

RQ3: How do production companies develop commercial models by offering nostalgic content on streaming services?

⁴ Video-on-demand (VOD) services are systems that enable users to access a vast library of videos and watch them at any time (Manifold, 2023).

H1: Yeşilçam films receive higher engagement from viewers by evoking a sense of nostalgia on streaming services.

H2: Yeşilçam films in the comedy genre have higher viewership rates on streaming services compared to other genres.

H3: Production companies broadcasting Yeşilçam films on streaming services diversify their revenue models by commodifying this nostalgic content.

3.2. Study Information

Within the scope of this research, the YouTube channels of production companies operating in Yeşilçam were analysed. It was determined that while some of the well-known production companies of the period did not actively operate on YouTube, others used the platform as an active medium. To determine the sample, the digital activities of production companies such as Akün Film, Arzu Film, Erler Film, Erman Film, İpek Film, Lale Film, Özen Film, and Uzman Filmcilik were examined. It was observed that Arzu Film, Erler Film, and Erman Film continue to present their works to society through the YouTube platform. Accordingly, the YouTube channels of these production companies were deemed appropriate to include in the sample. Basic information about these companies is provided below.

Arzu Film was established in 1963 as a partnership between Ertem Eğilmez and Nahit Ataman. The company is recognised as a prominent producer of cult films in Turkish cinema (ArzuFilm, 2024). It has produced iconic films such as *Hababam Sınıfı*, *Şaban Oğlu Şaban*, and *Çöpçüler Kralı*, which are significant milestones in the Turkish cinema industry.

Erler Film A.Ş. was founded in 1960 by Türker İnanoğlu and has been a major contributor to both the Turkish cinema and television industries (ErlerFilm, 2024). Erler Film is one of Türkiye's most notable production companies, transitioning from black-and-white to colour productions. The company has produced influential works such as *Yumurcak*, *Talih Kuşu*, *Vahşi Gelin*, and has played a key role in launching many actors' careers in Turkish cinema.

Erman Film is one of Türkiye's oldest production companies and has been a witness to the rise of Turkish cinema. Founded in 1946 by Hürrem Erman, the company continues its operations today as a distributor under the management of its founder's son (ErmanFilm, 2024). Erman Film is renowned for productions such as *Petrol Kralları*, *Aslan Bacanak*, and *Güler misin Ağlar mısın?*, and has contributed significantly to the stardom of many key actors.

3.3. Methodology

Content analysis is a well-established research technique that has been utilised in the leading disciplines of social sciences for more than half a century. Having expanded its scope through studies in social and behavioural sciences, content analysis has evolved into a rich research method by integrating with various approaches since the 1970s. The publication of studies using this method in important journals has further facilitated its acceptance in the academic field (Neuendorf, 2017).

The content analysis method offers a flexible structure that can be used for various research purposes, providing researchers with significant adaptability regarding their subject matter. While the method allows flexibility, it also offers a practical framework by requiring the creation of specific categories and ensuring that the researched themes are systematically addressed. This research method necessitates focusing on the subject by establishing qualitative, quantitative, or sometimes mixed research frameworks, as well as classifying and interpreting data in a systematic order (White & Marsh, 2006, s. 342). Content analysis is grounded in adopting diverse approaches and applying scientific procedures to examine texts. Key considerations when applying the method include determining what qualifies as data and how to evaluate observations scientifically (Krippendorff, 2018). Accordingly, qualitative content analysis can be

characterised as an analytical procedure that requires researchers to follow predefined steps tailored to the research goals (Mayring, 2015, s. 365).

Content analysis is regarded as a method for managing and summarising large amounts of information and drawing meaningful conclusions. The method facilitates collaboration with other research methods by providing historical, cultural, and social insights into the problems of interest. It allows researchers to identify and understand changes in specific phenomena over time and to uncover patterns or commonalities by analysing data systematically.

One of the key features of content analysis is that it requires a systematic analytical process. The method involves selecting the research area, creating categories to be analysed, coding thematic elements, and systematically explaining the results (Badzinski, Woods, & Nelson, 2021, s. 180). In this study, established approaches to content analysis were adopted, with themes determined based on the relevant literature, leading to the creation of a coding scheme (Zinderen, 2020; Waters & Jones, 2011; Bärthel, 2018; Castillo-Abdul, Romero-Rodríguez, & Balseca, 2021; Parabhoi et al., 2021; Boğa & Sağlam, 2021, s. 643).

The coding scheme included main categories such as the number of subscribers on the YouTube channels of the production companies, the total number of views, the number of views for popular content, the number of likes for popular content, the type of popular content, and its subtypes. At this stage, quantitative data related to the channels were utilised.

Table 1: Content Analysis Coding Scheme

Production Company	Subscribers	Number of Contents	Total Views	Views of Popular Content	Likes for Popular Content	Popular Content Genre, Subgenre, and Restoration
Arzu Film	1,74 Mn	2.445	1.603.121.900	Şaban Oğlu Şaban (1977) 70 Mn	Şaban Oğlu Şaban 255 B	Comedy Restored
				Hababam Sınıfı (1975) 57 Mn	Hababam Sınıfı 259 B	Comedy Restored
				Hababam Sınıfı Uyanıyor (1976) 55 Mn	Hababam Sınıfı Uyanıyor 217 B	Comedy Restored
Erler Film A.Ş.	624 B	1.768	518.961.322	Yumurcak Köprü Altı Çocuğu (1970) 16 Mn	Yumurcak Köprü Altı Çocuğu 56 B	Drama Restored
				Talih Kuşu (1989) 11 Mn	Talih Kuşu 38 B	Comedy Restored
				Yumurcağın Tatlı Rüyalari (1971) 9 Mn	Yumurcağın Tatlı Rüyalari 34 B	Comedy Restored

Erman Film	170 B	1.210	135.537.615	Petrol Kralları (1979) 8,2 Mn	Petrol Kralları 21 B	Comedy Restored
				Aslan Bacanak (1977) 7,3 Mn	Aslan Bacanak 19 B	Comedy Restored
				Güler misin Ağlar mısın? (1975) 5,2 Mn	Güler misin Ağlar mısın? 13 B	Comedy Restored

4. Findings and Discussion

For Turkish society, Yeşilçam cinema has secured a place in daily entertainment consumption as an embodiment of the concepts of innocence, sincerity, and authenticity, with the production companies in the sample playing a significant role in this phenomenon. During the golden era of Yeşilçam cinema, Turkish society viewed cinema and television as tools for socialisation, with practices such as collectively watching productions and exchanging ideas about the works becoming commonplace in daily life. Turkish cinema, which had a profound impact on social life, especially between the 1960s and 1980s, transitioned into a medium that reflected society and brought social and cultural elements to the screen.

Although the three production companies in the sample have played a pivotal role in incorporating cinema into the daily lives of Turkish society, relatively few studies have focused on this subject. Research on Yeşilçam cinema has generally concentrated on analysing the works themselves, which has led to the production companies, as the creators of these works, being marginalised as a subject of research. This study addresses the commodification of nostalgic elements by production companies, which bridge the gap between Turkish society and cinema, integrating it into everyday life. This is achieved through the use of the YouTube platform, with a particular focus on the tendencies of viewers to engage with nostalgic works.

In line with this objective, the field was surveyed, and the production companies to be included in the sample were determined. It was decided to include Arzu Film, Erler Film, and Erman Film in the sample, as these companies produce significant works of Yeşilçam cinema and are currently active on YouTube. These production companies have created works that have shaped the narrative patterns of Yeşilçam cinema while also successfully bringing Turkish society to the screen. Over time, these productions have facilitated the development of an emotional bond between the audience and the characters. This bond, identified as parasocial interaction⁵ in psychiatry, was observed in Turkish society, which established parasocial relationships with the stars of the cinema and television industry of the period, influencing the consumption industry in response to this dynamic (Söğütölüler, 2025).

Yeşilçam cinema is perceived by Turkish society as a representation of innocence, purity, simplicity, and warmth, both through the production policies adopted by the aforementioned companies and because these works evoke a sense of nostalgia for the past. For Turkish society, Yeşilçam productions have remained significant as a cultural tradition that allows for both critical reflection on the past and occasional idealisation. When the twenty most popular works on the YouTube channels of the selected production companies were analysed, it was found that those with comedic elements ranked first (70.00%; M=16.85), followed by those in the drama genre in second place (13.33%; M=4.1). It was observed that narratives in which the comedy element is conveyed through the naturalness, innocence, and purity of the

⁵ The concept of parasocial interaction describes the one-way, emotional bond between the audience and the figures presented by the mass media. The concept was introduced to academic discussion in 1956 with the publication of the article titled *Mass Communication and Parasocial Interaction* by Donald Horton and Richard Wohl in the journal *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes* (Horton & Wohl, 1956).

characters have gained popularity. The audience tends to consume these works with a positive, reflective nostalgic sentiment.

When the YouTube channel of Arzu Film was examined, it was found that the membership process began on 18 March 2015, marking its integration into digital culture. As of the date of the study, the production company, which has been operating for 9 years, has view rates that are notably high compared to other production companies. The total number of views for the three most popular productions is 182 million, while the total number of views for all channel content is 1,603,121,900. Arzu Film gained popularity on YouTube with the *Şaban Oğlu Şaban* and *Hababam Sınıfı* series, and all of its most popular content falls within the comedy genre. It has been observed that Arzu Film stands out due to its strong cast, featuring prominent Turkish cinema actors such as Kemal Sunal, Şener Şen, Halit Akçatepe, Adile Naşit, Tarık Akan, and Münir Özkul. Arzu Film created characters described as 'good people' and it has been determined that the company successfully transformed its productions into nostalgic commodities. The table below illustrates the distribution of viewing rates by genre.

Table 2: Distribution of the Twenty Most Popular Films of Arzu Film by Genre

		Frequency	Percent
Valid	Action	0	0
	Drama	0	0
	Comedy	20	100,0
	Adventure	0	0
	Total	20	100,0

When the activities of Erler Film A.Ş. on the YouTube platform were examined, it was found that the company became active on YouTube on 5 July 2016, with the aim of integrating into digital culture. The company's key productions broadcast on the YouTube platform include the *Yumurcak* series and the film *Talih Kuşu*. The total number of views for the company's three most popular productions is 36 million, while the total number of views for all channel content is 518,961,322. An analysis of the popular productions of the company on YouTube reveals that actors such as Kemal Sunal, Cüneyt Arkın, Filiz Akın, İlker İnanoğlu, and Kadir İnanır are prominently featured. The productions, which were created with the stars who shaped Yeşilçam cinema, have been re-presented on YouTube and transformed into nostalgic products. The table below illustrates the distribution of viewing rates by genre.

Table 3: Distribution of the Twenty Most Popular Films of Erler Film by Genre

		Frequency	Percent
Valid	Action	1	5,0
	Drama	3	15,0
	Comedy	10	50,0
	Adventure	6	30,0
	Total	20	100,0

When the activities of Erman Film on the YouTube platform were examined, it was found that the company became a member on 10 November 2015, taking a step towards integrating into digital culture. An analysis of the company's YouTube platform revealed that the productions *Petrol Kralları*, *Aslan Bacanak*, and *Güler misin Ağlar mısın?* were particularly popular. The total number of views for the three most watched contents was 20,700,000, while the total number of views for all channel content was 135,537,615. The common factor among these contents is that they feature the duo of Metin Akpınar and

Zeki Alasya, who were pivotal figures in Turkish cinema. The productions featuring this duo have become memorable to Turkish society, and they predominantly include the comedy element. In this context, it was found that Erman Film transformed its productions into nostalgic commodities by re-presenting them to evoke positive, reflective nostalgic feelings. The table below illustrates the distribution of viewing rates by genre.

Table 4: Distribution of the Twenty Most Popular Films of Erman Film by Genre

		Frequency	Percent
Valid	Action	2	10,0
	Drama	5	25,0
	Comedy	12	60,0
	Adventure	1	5,0
	Total	20	100,0

The three production companies in question have integrated Yeşilçam cinema into digital culture, capturing the warmth, sincerity, and innocence of Turkish society's longing for the past. Undoubtedly, these works can now be enjoyed without the constraints of time and space, thanks to digital affordances. This situation, facilitated by new digital broadcasting systems, has increased viewing rates by allowing Yeşilçam films to be consumed on portable devices such as mobile phones and tablets. Eight out of the nine most popular works from the three production companies are in the comedy genre, while only one is in the drama genre. An analysis of the top twenty most popular films released by the production companies reveals that all of Arzu Film's films are in the comedy genre; the top eleven films from Erler Film are predominantly in the comedy genre (eleven), followed by four in the adventure genre, two in the drama genre, and one in the action genre; Erman Film's top twelve films are also mostly in the comedy genre (twelve), with two in the action genre, five in the drama genre, and one in the adventure genre. The table below illustrates the percentage distribution of film genres.

Table 5: Distribution of the Sixty Most Popular Films Published by Three Production Companies on the YouTube Platform by Genre

		Frequency	Percent
Valid	Action	3	5,0
	Drama	8	13,3
	Comedy	42	70,0
	Adventure	7	11,7
	Total	60	100,0

The fact that the works previously presented by the production companies, which brought the audience to the screen, have reached a high number of views through their re-publication on the YouTube platform further supports the hypothesis of this study. All three production companies actively use YouTube Shorts and increase interaction rates by re-presenting sections of their popular productions. The descriptive statistics below show the averages across genres and the number of views.

Table 6: View Rates and Averages of the Sixty Most Popular Films Published by Three Production Companies on the YouTube Platform

Genre	N	Minimum	Maximum	Mean
Action	3	2.000.000	6.100.000	3.76
Drama	8	1.500.000	16.000.000	4.1
Comedy	42	1.000.000	70.000.000	16.85
Adventure	7	1.600.000	6.700.000	4.31



When the viewing rates are analysed, it is evident that there is significant interest in the comedy genre. Taking all these factors into consideration, it can be concluded that the Turkish audience watches Yeşilçam works with a reflexive nostalgic feeling, while the production companies transform their products into nostalgic commodities.

5. CONCLUSION

The feeling of nostalgia, first mentioned by Johannes Hofer in his *Dissertatio Medica de Nostalgia, oder Heimwehe*, has been included in the literature as the act of longing for the past. Although nostalgia was initially used to describe a psychiatric disorder involving the longing to return home, which was observed in Swiss mercenaries during wartime, the scope of the concept expanded in the 19th century. Originally introduced within medical sciences, the concept gradually began to be used across various fields of social sciences. The association between sociology, communication sciences, and nostalgia with social phenomena has facilitated the explanation of various aspects of social practices through the concept.

As the concept of nostalgia developed and its framework broadened within social sciences, it became necessary to reconsider the concept in light of the digital revolutions that affect all levels of the social sphere. New approaches to nostalgia pioneered efforts to explain artefacts in relation to the concept and established a link with the mass media industry.

The emergence of digital consumption models with technological revolutions has shown that individuals can now satisfy their sense of nostalgia in new areas. The YouTube platform, which allows the re-presentation of past artworks, has facilitated the establishment of an intergenerational partnership by taking works beyond the period in which they were first presented. The possibilities offered by the internet and the ability to watch content on mobile devices, free from temporal and spatial limitations, have also increased the interest in nostalgic works.

In light of the theoretical framework on the concept of nostalgia and research methods, this study focuses on Yeşilçam productions. The activities and channel data of Arzu Film, Erman Film, and Erler Film—key production companies from the period when Turkish cinema's narrative patterns and identity were established—were examined on the YouTube platform using the content analysis method. The analysis revealed that productions which hold a place in the memory of Turkish society are re-presented in the digital realm, and the positive sentiments of Turkish audiences towards Yeşilçam productions are reinforced through these works.

As of the date when the data for this study were collected, the three most popular productions on the YouTube channel of Arzu Film had a total of 182 million views, with the total number of views for the channel being 1,603,121,900. An analysis of Erler Film A.Ş.'s YouTube channel showed that the total views for the three most popular productions amounted to 36 million, with the total views for the channel's content being 518,961,322. The three most popular productions of Erman Film, another major production company included in the sample, had a total of 20,700,000 views, with the total number of views for the content on the channel reaching 135,537,615. The high number of views suggests that Turkish viewers are highly motivated to engage with the content produced by the companies in the sample.

When the three most popular pieces of content from the three production companies in the sample were analysed, it was found that the comedy genre ranked first with eight films, followed by the drama genre in second place with one film. An analysis of the distribution of the top twenty films on the production companies' channels by genre revealed that the most popular content consisted of comedy (70.00%; 42 films, $M = 16.85$), drama (13.33%; 8 films, $M = 4.10$), adventure (11.67%; 7 films, $M = 4.31$), and action (5.00%; 3 films, $M = 3.76$).

This finding demonstrates a strong connection between the concept of nostalgia and Turkish cinema, allowing for the interpretation that viewers are trying to associate the Yeşilçam period with the element of laughter. Upon examining the most popular content from the production companies in the sample, it became evident that the involvement of prominent actors from the Turkish film and television industry increased viewer motivation, and the inclusion of stars from the period positively contributed to the number of views and likes. It has been determined that all three production companies actively use the YouTube Shorts feature and aim to achieve high interaction numbers in the digital space by publishing excerpts from their popular productions. It was observed that the production dates of the three most popular pieces of content from these companies corresponded to the twenty-year period between 1970 and 1989. These findings led to the conclusion that the works from this period were approached with a positive, reflective sense of nostalgia, thereby confirming the research assumptions. The study also revealed that digitalisation has been employed as a response to the search for concepts such as innocence, sincerity, and purity in the audience's memory of Yeşilçam cinema. To this end, it was found that production companies have transformed their works into commodities on the YouTube platform, thereby updating their revenue models. It has been concluded that the Turkish Yeşilçam audience is highly motivated to watch these works with a positive, reflective sense of nostalgia.

References

- Abeyta, A. A., Routledge, C., & Kaslon, S. (2020). Combating loneliness with nostalgia: Nostalgic feelings attenuate negative thoughts and motivations associated with loneliness. *Frontiers in Psychology*, 11, 1219. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01219>
- Acar, N. (2023). Srebrenitsa Soykırımının Bosna Sinemasında Temsili: “Nereye Gidiyorsun Aida?” Filminin Sosyolojik Analizi. *İçtimaiyat* 128-151. <https://doi.org/10.33709/ictimaiyat.1270823>
- Aker, H. (2021). *Yoksulluk Kahkaha ve Sinema*. Bağlam Yayıncılık.
- Akgöl, O., & Aydın, O. Ş. (2023). Değişen İzleme Pratikleri Ve Sosyal Medya: Twitch Platformu Üzerine Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(1), 79-94.
- ArzuFilm. (2024). Arzu Film YouTube Channel. YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/@arzufilm1964>
- Aslan, P. (2019). Uluslararası iletişim ve popüler kültür üzerine: Latin Amerika’daki Türk televizyon dizileri üzerinden bir araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 57, 25-50. doi:<https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2019-0052>
- Avcı, Ö. (2019). Geçmiş tarihselleştirmenin bir aracı olarak tarih dizileri: Diriliş, Payitaht, Kütül’amâre. *Sosyoloji Dergisi*, 39, s. 103-139.
- Avlar, A. (2022). *A’dan Z’ye İletişim Çalışmaları-8: Belgesel Film Çalışmaları: Ertuğrul Karlıoğlu, Coşkun Aral ve Hakan Aytekin Üzerine Bir Vaka Çalışması*. Iksad Publishing.
- Avlar, A. (2024). Belgesel Sinema: Suha Arın Sinematografisi. *Uluslararası Kültürel Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 49-64. <https://doi.org/10.46442/intjcss.1594211>



- Aytekin, E. P. (2019). Hatırlamanın ‘masum’ hali: Arzu Film ekolü ve Ertem Eğilmez sinemasıyla hatırlamak. *Agora Kitaplığı*
- Badzinski, D. M., Woods, R. H., & Nelson, C. M. (2021). Content analysis. S. Engler, & S. Michael (Dü) içinde, *The Routledge handbook of research methods in the study of religion* (Cilt 2, s. 180-193). Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9781003222491>
- Başer, E., & Söğütlüler, T. (2023). Değişen İzleme Eğilimleri Çerçevesinde Dijital Platformlar ve İçerik Reklamları Üzerine Bir İnceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(41), 1-26. <https://doi.org/10.31123/akil.1303391>
- Bärtl, M. (2018). YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 16-32. doi:<https://doi.org/10.1177/1354856517736979>
- Boğa, E., & Sağlam, M. (2021). Dijital ortamda çocuk: Bir çocuk Youtuber kanalının içeriksel analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 643-664. doi:<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.889793>
- Bourdieu, P. (2018). The forms of capital. In M. Granovetter (Ed.), *The sociology of economic life* (pp. 78–92). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429494338>
- Boym, S. (2007). Nostalgia and its discontents. *The Hedgehog Review*, 9(2), 7-18.
- Boym, S. (2008). *The future of nostalgia*. Basic books.
- Castells, M. (2009). *The Rise of the Network Society*. Wiley. doi:<https://doi.org/10.1002/9781444319514>
- Castells, M., & Blackwell, C. (1998). The information age: economy, society and culture. Volume 1. The rise of the network society. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 25, 631-636.
- Castells, M., & Gustavo, C. (2005). *The network society: From knowledge to policy*. Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations.
- Castillo-Abdul, B., Romero-Rodríguez, L. M., & Balseca, J. (2021). Hola Followers! Content Analysis of YouTube Channels of Female Fashion Influencers in Spain and Ecuador. *Sage Open*, 11(4). doi:<https://doi.org/10.1177/21582440211056609>
- Cook, P. (2004). *Screening the past: Memory and nostalgia in cinema*. Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9780203337820>
- Çağlar, B. (2018). Kültürel çalışmalar perspektifinden Seksenler dizisinin alımlanması: Sosyal medyadaki izleyici yorumları. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 9(33), s. 159-192. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2018.3.010.x>



- Davis, A. (2017). Coming home again: Johannes Hofer, Edmund Spenser, and premodern nostalgia. *Parergon*, 33(2), s. 17-38. doi: <https://doi.org/10.1353/pgn.2016.0073>
- De Diego, F., & Ots, C. V. (2014). Nostalgia: a conceptual history. *History of psychiatry*, 25(4), s. 404-411. doi:<https://doi.org/10.1177/0957154X14545290>
- ErlerFilm. (2024). Erler Film YouTube Channel. YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/@erlerfilm>
- ErmanFilm. (2024). Erman Film YouTube Channel. YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/@Ermanfilm>
- Falkowska, J. (2006). *Andrzej Wajda: History, politics & nostalgia in Polish cinema*. Berghahn Books.
- Fu, P. (2001). The cinema of Hong Kong: History, arts, identity. *Asian Theatre Journal*, 18(2), 279-281.
- Giannini, T., & Bowen, J. P. (2019). *Museums and Digital Culture: New Perspectives and Research*. Springer.
- Havlena, W. J., & Holak, S. L. (1991). "The Good Old Days": Observations On Nostalgia and Its Role In Consumer Behavior. *Advances in consumer research*, 18(1), 323-329.
- Hindelang, L., & Radwan, N. (2023). Between Affect and Concept: Nostalgia in Modern and Contemporary Art and Architecture from the Middle East and North Africa. T. Gartmann, C. Urchueguía, & H. Ambühl-Baur (Dü) içinde, *Studies in the Arts II - Künste, Design und Wissenschaft im Austausch* (s. 121-138). Bielefeld: transcript Verlag. doi:<https://doi.org/10.1515/9783839469545-007>
- Hofer, J. (1934). Medical dissertation on nostalgia by Johannes Hofer (Translated by Carolyn Kiser Anspach). *Bulletin of the Institute of History of Medicine*, 2(2), 376-391.
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry Interpersonal and Biological Processes*, 19(3), 215-229. doi:<https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Horvath, G. (2018). Faces of nostalgia. Restorative and reflective nostalgia in the fine arts. *Jednak Książki. Gdańskie Czasopismo Humanistyczne*, 9, 145-156. doi:<https://doi.org/10.26881/jk.2018.9.13>
- Howard, S. A. (2012). Nostalgia. *Oxford Academic, Analysis*, 72(4), s. 641-650. doi:<https://doi.org/10.1093/analys/ans105>
- Jacobsen, M. H. (2023). The sociology of nostalgia. *Current Opinion in Psychology*, 50, 101556. doi:<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101556>
- Jeziński, M., & Wojtkowski, Ł. (2016). Nostalgia commodified. Towards the marketization of the post-communist past through the new media. *Medien & Zeit*, 4, 96-104.
- Jones, L. (2008). Review of the book The Future of Nostalgia. *Common Knowledge*, 14(1), 164. <https://doi.org/10.1215/0961754x-2007-049>



- Kay, J. B., Mahoney, C., & Shaw, C. (2017). *The past in visual culture: Essays on memory, nostalgia and the media*. McFarland. doi:<https://doi.org/10.1080/01439685.2018.1423729>
- Kaya, Ş. (2011). Televizyon, tarih ve toplumsal bellek. *Sosyoloji Dergisi*, 25, s. 103-123.
- Koçer, S., & Güreer, M. (2021). Film etkili turizm kapsamında TV dizilerinde destinasyon tanıtımı üzerine örnek olay incelemesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), s. 121-137. doi: <https://doi.org/10.46928/iticusbe.762505>
- Köse, H., & Aydın, H. (2020). Medyatik Popüler Kültürde Nostalji: Kültürel Doyum Üzerine Bir İnceleme. *Folklor/edebiyat*, 26(104), 757-779. doi:<https://doi.org/10.22559/folklor.1343>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage. doi:<https://doi.org/10.4135/9781071878781>
- Lee, C. (2008). *Violating time: History, memory, and nostalgia in cinema*. Bloomsbury Publishing.
- Lowenthal, D. (2015). *The past is a foreign country-revisited*. Cambridge University Press. doi:<https://doi.org/10.1017/CBO9781139024884>
- Manifold, K. (2023). Difference between VOD and OTT and the terms SVOD, AVOD, TVOD. doi:<https://vodlix.com/blog/difference-between-vod-and-ott-and-the-terms-svod-avod-tvod>
- Margalit, A. (2011). Nostalgia. *Psychoanalytic Dialogues*, 21(3), s. 271-280. doi:<https://doi.org/10.1080/10481885.2011.581107>
- Martin, A. R. (2011). Nostalgia. *Psychoanalytic Dialogues*, 21(3), s. 271-280. doi:<https://doi.org/10.1080/10481885.2011.581107>
- Mayring, P. (2015). Qualitative content analysis: Theoretical background and procedures. A. K. Bikner-Ahsbabs (Dü.) içinde, *Approaches to Qualitative Research in Mathematics Education* (s. 385-380). Springer. doi:https://doi.org/10.1007/978-94-017-9181-6_13
- McCann, W. H. (1941). Nostalgia: a review of the literature. *Psychological Bulletin*, 38(3), s. 165-182. doi:<https://doi.org/10.1037/h0057354>
- Murphy, A. B., Heffernan, M., Price, M., Harvey, D. C., DeLyser, D., & Lowenthal, D. (2017). The Past Is a Foreign Country—Revisited. *The AAG Review of Books*, 5(3), s. 201-214. doi:<https://doi.org/10.1080/2325548x.2017.1315261>
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781071802878>
- Newman, D. B., & Sachs, M. E. (2020). The negative interactive effects of nostalgia and loneliness on affect in daily life. *Frontiers in Psychology*, 11, 2185. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02185>

- Özkent, Y. (2020). Postmodernizmi Netflix'ten seyretmek: Metinlerarasılıktan nostaljiye Stranger Things. *Moment Dergi*, 7(2), 314-333. doi:<https://doi.org/10.17572/mj2020.2.314333>
- Öztürk, T. A. (2015). Postmodernizmin zaman algısı: “Müzikte nostalji modası”. *Medeniyet Sanat Dergisi*, 1(1), 31-41.
- Özyürek, E. (2006). *Nostalgia for the modern: State secularism and everyday politics in Turkey*. Duke University Press. doi:<https://doi.org/10.1215/9780822388463>
- Padva, G. (2014). *Queer nostalgia in cinema and pop culture*. Springer. doi:<https://doi.org/10.1057/9781137266347>
- Panelas, T. (1982). Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia. 87(6), 1425–1427. <https://www.jstor.org/stable/2779382>
- Parabhoi, L., Sahu, R. R., Dewey, R. S., Verma, M. K., Kumar Seth, A., & Parabhoi, D. (2021). YouTube as a source of information during the Covid-19 pandemic: a content analysis of YouTube videos published during January to March 2020. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 21(1), 255. doi:<https://doi.org/10.1186/s12911-021-01613-8>
- Pickering, M., & Keightley, E. (2006). The Modalities of Nostalgia. *Current Sociology*, 54(6), s. 919-941. doi:<https://doi.org/10.1177/0011392106068458>
- Powrie, P. (1997). *French cinema in the 1980s: Nostalgia and the crisis of masculinity*. Oxford University Press. doi:<https://doi.org/10.1093/oso/9780198711186.001.0001>
- Putri, A. R., Andangsari, E. W., Hurriyati, E. A., Fitri, R. A., & Dhamayanti, M. (2023). Remembering the past for better future: Positive effect of nostalgia on hope. In *E3S Web of Conferences*, 388, 4019. doi:<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338804019>
- Raj, S. J., & Suresh, A. K. (2024). *Diasporic nostalgia in Indian cinema*. Routledge.
- Rare. (2023, November 21). *Looking back: Nostalgic themes in art*. Rare Interior Art. <https://rareinteriorart.co.uk/blogs/news/looking-back-nostalgic-themes-in-art>
- Ryan, J. (2010). *A History of the Internet and the Digital Future*. Reaktion Books.
- Salmose, N., & Sandberg, E. (2024). Literature and Nostalgia. T. Becker, & D. Trigg içinde, *The Routledge Handbook of Nostalgia* (Volume 1, s. 70-83). Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9781003364924>
- Satır, M. E. (2021). Yeni medya ve nostalji: TRT Arşiv üzerine bir değerlendirme. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(24), 116-129. doi:<https://doi.org/10.38155/ksbd.821277>
- Schindler, R. M., & Holbrook, M. B. (2003). Nostalgia for early experience as a determinant of consumer preferences. *Psychology & Marketing*, 20(4), 275-302. doi:<https://doi.org/10.1002/mar.10074>
- Sedikides, C., & Wildschut, T. (2023). Nostalgia as motivation. *Current opinion in psychology*, 20(4), s. 275-302. doi:<https://doi.org/10.1002/mar.10074>



- Sedikides, C., Wildschut, T., Arndt, J., & Routledge, C. (2008). Nostalgia: Past, present, and future. *Current Directions in Psychological Science*, 49, 101537. doi:<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101537>
- Sielke, S. (2019). Retro aesthetics, affect, and nostalgia effects in recent US-American cinema: The cases of *La La Land* (2016) and *The Shape of Water* (2017). *Arts MPDI*, 8(3), 1-16. doi:<https://doi.org/10.3390/arts8030087>
- Söğütlüler, T., & Başer, E. (2023). Dijital Çağda Ebeveyn Olmak: Çocuk İzleyiciler ve Ekrandaki Şiddet Üzerine Bir Araştırma. *TRT Akademi*, 8(3), 814-845. doi:<https://doi.org/10.37679/trta.1328304>
- Söğütlüler, T. (2025). A Quantitative Research on Video Streaming Series and Audiences' Forms of Parasocial Interaction. *Erciyes İletişim Dergisi*, 12(1), 1-27. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1528846>
- Sperb, J. (2019). *Flickers of film: Nostalgia in the time of digital cinema*. Rutgers University Press. doi:<https://doi.org/10.36019/9780813576046>
- Sullivan, E. (2010). Nostalgia. *The Lancet*, 376(9741), s. 585.
- Şavk. (2023). İki Platform Dizisinde Sinema Tarihi Tasvirleri ve Yeşilçam'ı Tekrar Ziyaret Etmek. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 59-83. doi:<https://doi.org/10.16878/gsuilet.1232713>
- Tannock, S. (1995). Nostalgia critique. *Cultural Studies*, 9(3), s. 453-464. doi:<https://doi.org/10.1080/09502389500490511>
- Waters, R. D., & Jones, P. M. (2011). Using Video to Build an Organization's Identity and Brand: A Content Analysis of Nonprofit Organizations' YouTube Videos. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 23(3), 248-268. doi:<https://doi.org/10.1080/10495142.2011.594779>
- Weingarten, E., & Wei, Z. (2023). Nostalgia and consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 49, 101555. doi:<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101555>
- White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). *Content Analysis: A Flexible Methodology* (Cilt 55). Johns Hopkins University Press. doi:<https://doi.org/10.1353/lib.2006.0053>
- Yavuz, M. H. (2020). *Nostalgia for the empire: the politics of neo-Ottomanism*. Oxford University Press.
- YouTube. (2024). About YouTube. Alphabet Inc. <https://about.youtube/>
- Zinderen, İ. E. (2020). Yeni Medya Ekolojisi Ekseninde YouTube: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 215-232.
- Generative AI Declaration: The translation of the manuscript from Turkish to English and its language checking were carried out using DeepL and ChatGPT 4o.

Extended Abstract

The feeling of nostalgia, first defined by Johannes Hofer in his *Dissertatio Medica de Nostalgia, oder Heimwehe* in the 17th century, was initially regarded as a health issue linked to longing for the past, accompanied by various symptoms. This perspective shifted in the 19th century as pioneering disciplines within the social sciences began to interpret nostalgia as a means of understanding social practices. Fields such as philosophy, psychology, sociology, and communication studies have since engaged with nostalgia, using it to explore various aspects of social life.

Many researchers focusing on the concept of nostalgia have argued that the feeling does not arise from a longing for a lost past, but rather expresses a sense of geographical longing for the lands where individuals were born and live. Various approaches to the concept have sought to investigate the reasons behind the emergence of the feeling of nostalgia by categorising it. The first of two key assumptions about the concept is that nostalgia is always used to express innocence, sincerity, and naivety in the past. The second approach defines nostalgia as a longing for the past, which is preferred over the present. According to some thinkers, the concept, used to describe a general yearning for the positive memories individuals hold, has been critiqued as an erroneous approach by certain scholars.

Some researchers focusing on the concept of nostalgia have argued that it would be erroneous to limit nostalgia solely to good memories, innocence, and purity. They contend that nostalgia is not merely an idealisation of the longed-for past and that attitudes towards this concept have evolved throughout history. Nostalgia has sometimes been seen as the conceptual opposite of progress and modernisation, with some critics attempting to belittle the concept by associating it with dominant conservative paradigms in society.

Certain approaches to the concept of nostalgia have suggested that it should be understood through various classifications. Svetlana Boym analysed how nostalgia functions in global culture, dividing the concept into two categories: restorative and reflective. Restorative nostalgia refers to the desire to rebuild the past and reconstruct history, while reflective nostalgia is used to express a longing for a past that is understood to be beyond current conditions but is still viewed as desirable. Reflective nostalgia, on the other hand, expresses an emotional longing with the awareness that the past cannot be reversed, and it has become a frequently encountered concept in the artistic field. Another classification of the concept of nostalgia is positive and negative nostalgia. While positive nostalgia is used to describe memories of the past that evoke happy, positive emotions, negative nostalgia is characterised by its expression of bittersweet and even painful memories of the past.

Global technological innovations, which have profoundly influenced social life and transformed daily practices, have expanded the scope of nostalgia, enabling its exploration in the digital age. This shift towards digital socialisation has driven many industries, particularly mass media, to innovate. One notable transformation has occurred in the film and television industry, where art, as a reflection of society, has embraced technological advancements by redefining the mediums through which audiences engage with it, offering a renewed and dynamic sense of nostalgia.

The strong bond between Turkish audiences and Yeşilçam cinema has been a key factor in sustaining the popularity of these works over the years. Production companies in the formative years of Turkish cinema had a deep understanding of their audiences and infused their films with elements that motivated viewers, establishing a lasting connection between Yeşilçam and Turkish society. Since their original release, Yeşilçam films have evoked concepts of innocence, authenticity, and warmth, creating positive associations in the audience's collective memory. Leveraging this connection, production companies have reintroduced these works to new audiences by bringing them to streaming services—an area examined in this research.

In this study, the YouTube channels of Arzu Film, Erler Film, and Erman Film—production companies that had a significant impact on Turkish cinema between 1945 and 1980—were examined using qualitative content analysis and a quantitative, mixed-method approach. The positive associations created by Yeşilçam cinema in Turkish society, along with the re-presentation of popular works in the digital space, are linked to nostalgia. The data obtained in the study revealed that the Turkish audience prefers productions



that include comedy and laughter elements. When the twenty most popular pieces of content from each production company on the YouTube platform, and a total of sixty pieces of content, were analysed, it was found that the most-watched genres were comedy (70.00%; M=16.85), drama (13.33%; M=4.1), adventure (11.67%; M=4.31), and action (5.00%; M=3.76), respectively. The results indicated that Turkish audiences have a strong sense of nostalgia for Yeşilçam cinema and the period during which these works were created, and they engage with these works through a positive and reflective sense of nostalgia. The study concludes that production companies transform these works into nostalgic commodities by making them available digitally, thereby updating their revenue models.



Sömürgeci Demokrasiye Afrika’da Medya Mücadelesi: Çad Medyasının Tarihi Seyri The Struggle for Media in Africa – The Historical Course of Chadian Media

Ahmad Ibrahim Badji,^a Selman Selim Akyüz^b

^aYüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Konya, Türkiye,
ahmatbadji66@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0932-7897

^bDoç. Dr. Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye,
selmanakyuz@selcuk.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4671-2161

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 25.04.2025

Düzeltilme tarihi: 24.06.2025

Kabul tarihi: 27.06.2025

Anahtar Kelimeler:

Afrika,

Çad,

Medya,

Tarih

ÖZ

Çad'daki medyanın tarihi, ülkenin siyasi ve toplumsal dönüşümlerinin bir yansıması olarak sömürge döneminden günümüze çeşitli aşamalardan geçmiştir. Fransız sömürge yönetimi döneminde bağımsız yerel medya bulunmamaktaydı ve medya faaliyetleri sömürge karşıtı yayınlarla sınırlıydı. Sömürge yönetiminin kontrolündeki önemli kuruluşlar arasında Info Tchad gazetesi ve Brazzaville'de kurulan bir radyo istasyonu bulunmaktaydı.

Bağımsızlığın ardından hükümet yerel medya oluşturmaya başlamış olsa da, bu yapı devletin sıkı denetimi altında olmuş ve propaganda aracı olarak kullanılmıştır. 1990'lı yıllarda medya alanında kademeli bir bağımsızlaşma süreci başlamış ve özel gazete ile radyo istasyonları yaygınlaşmıştır. Özellikle Idriss Déby Itno'nun iktidara gelmesiyle basın özgürlüğünde önemli gelişmeler yaşandı ve özel medya kuruluşlarının sayısı arttı. Çad Televizyonu kuruldu ve daha sonra uydu yayınına geçildi. Bu çalışmada, Afrika ülkelerinin birçoğunda yaşanan medyanın geç gelişimi konusunu ele almak amacıyla Çad'ın medya tarihi literatür araştırması yöntemiyle incelenmiştir.

Günümüzde Çad'da çok sayıda özel televizyon ve radyo kanalı bulunmaktadır. Ancak Çad medyası hâlen mali sorunlar, altyapı yetersizlikleri, düşük okuryazarlık oranı ve hükümetin uyguladığı kısıtlamalar gibi çeşitli zorluklarla karşı karşıyadır. Dijitalleşme geleneksel medyanın yerini alırken, basın özgürlüğünün güçlendirilmesi ve medya kuruluşlarının bağımsızlığının sağlanması, sektörün geleceği için kritik önem taşımaktadır.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 25.04.2025

Received in revised form: 24.06.2025

Accepted: 27.06.2025

Keywords:

Africa,

Chad,

Media,

History

ABSTRACT

The history of media in Chad has evolved through various phases, reflecting the country's political and social transformations from the colonial period to the present day. During the French colonial era, there was no independent local media; media activities were largely limited to anti-colonial publications. Notable institutions under colonial control included the newspaper Info Tchad and a radio station established in Brazzaville.

Following independence, the government initiated the formation of local media; however, these outlets operated under strict state supervision and were primarily used as tools of propaganda. A gradual process of media liberalization began in the 1990s, with the emergence of private newspapers and radio stations. Significant developments in press freedom occurred with the rise to power of Idriss Déby Itno, during which the number of private media outlets increased. Chad Television was established and later transitioned to satellite broadcasting.

In this study, the delayed development of media observed in many African countries is addressed through a literature-based examination of the history of media in Chad. Today, Chad hosts numerous private television and radio channels. Nevertheless, the media landscape continues to face several challenges, including financial constraints, inadequate infrastructure, low literacy rates, and government-imposed restrictions. As digital platforms increasingly replace traditional media,

strengthening press freedom and ensuring the independence of media institutions remain critical for the future of the sector.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Badji, A. I. ve Akyüz S.S. (2025). Sömürgeci Demokrasiye Afrika’da Medya Mücadelesi: Çad Medyasının Tarihi Seyri. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 11 (1), s. 62-72.

1. Giriş

Çad’da medyanın tarihi, ülkenin uzun yıllar boyunca geçirdiği siyasi ve toplumsal dönüşümlerin bir yansımasıdır. Çad medyası, sömürge döneminden günümüze kadar içinde bulunduğu bu koşullardan etkilenerek farklı gelişim aşamalarından geçmiştir. Fransız sömürge yönetimi döneminde bağımsız yerel medya kuruluşları bulunmamaktadır. Medya faaliyetleri büyük ölçüde, sömürge karşıtı ulusal hareketlerin yayımladığı içeriklerle sınırlı kalmıştır.

Tüm resmî medya araçları, sömürge otoritelerinin denetimi altında olmuştur. Bu dönemin önde gelen medya kurumlarından biri, 1955 yılında Fransız sömürge yönetimi tarafından Brazzaville’de kurulmuş ve tamamen sömürge yetkililerinin kontrolünde faaliyet göstermiştir (Abdel-kader, 2009, s. 240). Bir diğer önemli medya kuruluşu ise sömürge politikalarını desteklemek amacıyla yayımlanan *Info Tchad* gazetesi olmuştur. Bu medya organları, haber ve bilgileri sömürge yönetiminin politikalarına uygun şekilde aktarmış ve yalnızca Fransızca yayın yapmıştır. Dolayısıyla Çad halkının yerel ve kültürel ihtiyaçlarına hitap etmekten uzak kalmışlardır (Abbud, 2021, s. 151).

Çad’ın 1960 yılında bağımsızlığını kazanmasıyla birlikte hükümet yerel medya organları oluşturmaya başlamıştır. Ancak bu süreçte medya, devletin sıkı denetimi altında kalmaya devam etti; basın ve radyo, büyük ölçüde resmî propaganda araçları olarak kullanıldı. Bu dönemde yayımlanan *Le Canard Révolté* ve *Le Journal* gibi gazeteler sıkı sansüre tabi tutulmuş, bu durum siyasi tartışmaları kısıtlayarak ifade özgürlüğünü önemli ölçüde sınırlamıştır (Yufidi, 2010, s. 12).

Bağımsızlık sonrası dönemde Çad medyası giderek artan zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Ülkede yaşanan siyasi istikrarsızlık ve iç savaşlar, gazetecilik faaliyetleri ve ifade özgürlüğü üzerinde ciddi etkiler yaratmıştır. 1970’lerden 1990’lara kadar hükümet, basın üzerinde yoğun kısıtlamalar uygulamış; sansür büyük ölçüde artırılmış ve hükümet politikalarını eleştiren veya hassas siyasi konuları ele alan gazeteler kapatma tehdidiyle karşı karşıya bırakılmıştır (Tahir, 2012, s. 9). Ancak 1990’lı yıllarda, medya alanında kademeli bir bağımsızlaşma süreci başlamıştır. Özel gazetelerin ve radyo istasyonlarının yaygınlaşmasıyla birlikte fikirlerin daha özgürce ifade edilebildiği bir ortam oluşmuştur. Son yıllarda ise Çad medyası önemli bir genişleme sürecine girmiştir. Bağımsız birçok gazete ve radyo istasyonu ortaya çıkmış; bu kuruluşlar eleştirel raporlar ve çeşitli siyasi analizler sunarak medya özgürlüğü açısından kayda değer bir ilerlemeye katkı sağlamıştır. Ancak, devletin uyguladığı bazı kısıtlamalar hâlen devam etmektedir (Tahir, 2012, s. 10). Ayrıca medya alanındaki bu gelişmelere paralel olarak teknolojik ilerlemeler de Çad’daki medya ortamını dönüştürmeye başlamıştır. Özellikle internet ve sosyal medya, bilgi yayımı ile vatandaşlar arasındaki etkileşimi artırma noktasında giderek daha etkili bir rol oynamakta; bu durum medya yapısının daha açık ve çeşitli bir hâl almasına katkıda bulunmaktadır.

Tüm bu olumlu gelişmelere rağmen, Çad medyası hâlen tam anlamıyla bağımsız bir yapıya ulaşamamıştır. Hükümetin uyguladığı düzenleyici kısıtlamalar, altyapı yetersizlikleri ve mali kaynak eksiklikleri, medya kuruluşlarının gelişimini sınırlamakta ve ifade özgürlüğünün önünde engel oluşturmaktadır. Bu faktörler, son yıllarda kaydedilen ilerlemelere rağmen Çad medyasının kurumsal bağımsızlığını ve sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir.

Bu çalışma, söz konusu yapısal ve politik sorunlar çerçevesinde, Çad'daki medyanın sömürge döneminden günümüze kadar uzanan dönüşüm sürecine ışık tutmayı amaçlamaktadır. Literatür araştırması yönteminin kullanıldığı makalede, farklı dönemlerde Çad medyasının karşılaştığı zorluklar ve geçirdiği yapısal değişimler incelenmekte; özellikle demokrasi ve özgürlük yönelimlerinin belirginleştiği çağdaş medya ortamı analiz edilmektedir. Çalışma, Türkçe literatüre Afrika medyasına dair katkı sunması açısından önem taşımaktadır.

2.Çad Cumhuriyeti'ne Dair Genel Bilgiler

Çad Cumhuriyeti Afrika kıtasının ortasında yer almaktadır. Kuzeyde Libya, doğuda Sudan, güneyde Orta Afrika Cumhuriyeti, güneybatıda Kamerun ve batıda Nijerya ve Nijer ile kara sınırları bulunmaktadır.

Çad'ın nüfusu, 2020 yılı tahminlerine göre yaklaşık 16,4 milyondur ve halk, çeşitli kabile ve etnik gruplardan oluşmaktadır. Geniş yüzölçümüne rağmen nüfus yoğunluğu düşüktür; kilometrekare başına ortalama 8 kişi düşmektedir. Çad, genç bir nüfus yapısına sahiptir. 14 yaş altı bireyler nüfusun %47,43'ünü, 15–24 yaş arası %19,77'sini, 25–54 yaş arası %27,14'ünü oluşturmaktadır. 55 yaş ve üzeri bireylerin oranı ise %5,67'dir. Dünya Sağlık Örgütü'ne (2018) göre ülkede ortalama yaşam süresi 54,3 yıldır. Yıllık nüfus artış hızının %2,1 olması, genç nüfus yapısının korunmasına katkı sağlamaktadır (Tavukcu, 2021).

Çad toprakları, yaklaşık 205 kabileye ev sahipliği yapmakta olup bu kabilelerin üyeleri 508'den fazla lehçe konuşmaktadır. Ülkenin resmî dilleri Arapça ve Fransızcadır. Hristiyan nüfusun yoğunlukta olduğu kabileler güney bölgelerinde yaşarken İslam etkisinin daha fazla görüldüğü kabileler orta doğu ve kuzey bölgelerinde yaşamaktadır (Zen, 2020, s. 9).

Fransa, Çad'ı 5 Eylül 1892'de işgal etmiş ve ülkeyi bir askerî bölge olarak ilan etmiştir. 1912'de tam kontrolü sağlamış, ardından Çad'ı Kamerun, Orta Afrika Cumhuriyeti, Kongolu Brazzaville, Gabon ve Ekvator Ginesi ile birlikte Fransız Ekvator Afrikasındaki işgaller takip etmiştir (Ahmat, 2004, s. 45). 28 Kasım 1958'de ise Çad Cumhuriyeti ilan edilmiş, 11 Ağustos 1960'ta ise resmî olarak bağımsızlığını kazanmıştır. O tarihten bu yana Çad, karşılaştığı zorluklara rağmen istikrarını güçlendirmeye çalışmaktadır (Al-Asfahani, 1987, s. 224)

Çad ekonomisinin temel kaynakları tarım, hayvancılık ve petroldür. Ülke, Arap zambaki ve deve üretimi ile ihracatında önde gelen ülkelerden biridir. Arap zambaki ihracatında Sudan'dan sonra dünya çapında ikinci sıradadır ve bu ürün, petrol ile pamuktan sonra ülkenin üçüncü en önemli ihracat kalemini oluşturmaktadır (Baraka, 2020, s. 11).

3.Çad Medyasının Tarihsel Gelişim Aşamaları

Çad Cumhuriyeti'ndeki medya tarihi, uzun ve karmaşık bir süreci kapsamakta olup aynı zamanda ülkenin siyasi ve sosyal tarihinin bir yansımasıdır. Afrika kıtasının kalbinde yer alan Çad, yıllar içinde medya alanında önemli değişimler yaşamış; medya, sosyal ve siyasal koşullara bağlı olarak çeşitli gelişim aşamalarından geçmiştir.

3.1. Birinci Aşama: Fransız Sömürgesi Döneminde Medya

Basın ve Gazetecilik: Fransız sömürge dönemi sırasında Çad'daki medya oldukça sınırlıdır. Çünkü basın ve radyo, tamamen Fransız sömürge yönetiminin denetimi altındadır ve bu araçlar, sömürge politikasını ve görüşlerini destekleyen bilgileri iletme amacıyla kullanılmıştır (Doumgor, 2005, s. 113). Mevcut tüm medya araçları Fransızca olarak yayınlanmış ve esas olarak Fransız halkına ya da sömürge çıkarlarını koruyan yerel elitlere hitap etmiştir (Bukari, 2019, s. 136). Fransız yönetimi, siyasi hedeflerine hizmet eden bir dizi gazete kurmuştur. Bunlardan bazıları şunlardır:

- Kavkab Çad Gazetesi, 1952'de kurulmuş ve o dönemde Arapça yayımlanan tek gazete olarak dikkat çekmiştir.
- Info Çad Gazetesi, 1960'ta yayımlanmış ve sömürge yönetiminin haberlerini iletme için kullanılan bir medya aracı olmuştur (Yufidi, 2008, s. 43).
- Çad ve Kültür Dergisi, Katolik Kilisesi'ne bağlı Kalkınma Araştırma ve Eğitim Merkezi (CEFOD) tarafından yayımlanmıştır.
- 1964'te Çad Haber Ajansı: Ülkenin resmî haber kaynağı hâline gelmiştir (Abdel-kader, 2010, s. 246).

Bunun yanı sıra Çad sömürge döneminde modern baskı teknolojisinin kullanımına da tanıklık etmiştir. Fransız yönetimi, resmî belgeleri basmak için Linotipe makinesini kullanmıştır. Sömürge yönetiminin resmî gazetesi, Kongo'nun başkenti Brazzaville'de *Fransız Ekvator Afrika'sı Resmî Gazetesi (Journal Officiel de L'Afrique Équatoriale Française)* adıyla basılmıştır. Bu gazete, Fransız yönetimi tarafından yayımlanan idarî kararları içermekte olup Fransız deniz aşırı yönetimindeki vilayetlerin başkentlerinde dağıtılmıştır (Yufidi, 2010, s. 15). Böylece Fransız sömürge döneminde medya, sömürge politikalarını tanıtıcı bir araç olarak kalmış; Çad halkının gerçek sesini yansıtmamış, aksine sömürgecilerin çıkarlarını koru Radyo: Kasım 1955'te, Sömürge Radyo Yayıncıları Şirketi (*Société de Radiodiffusion d'Outre Mer – SORAFOM*), Çad Ulusal Radyosu'nu Fort Lamy şehrinde (günümüzün başkenti Encamina) kurmuştur. Radyo, Fransız yönetimi tarafından idare edilmiş; Fransız personelin yanı sıra bazı Çadlı çalışanların katkılarıyla faaliyet göstermiştir. Bu kuruluş, Çad'ın ilk kamusal medya organı olarak kabul edilmektedir. İlk merkezi, başkentteki Avrupa Mahallesi'nde bulunan merkez postane binasında yer almıştır (Maoudonodji & Koï, 1995, s. 21). Ekim 1958'de ise bugünkü yeri olan Sabangali Mahallesi'ne taşınmıştır. Başlangıçta, bu radyo istasyonu Brazzaville'deki büyük istasyonun bir parçası olarak faaliyet göstermiştir. O dönemde “Çad Radyosu” olarak bilinmekteydi (Gondje, 2009, s. 198).

3.2. İkinci Aşama: Çad'daki İlk Politik Sistem Altında Medya

Çad'ın ilk Cumhurbaşkanı François Tombalbaye döneminde, medya sadece hükümetin görüşlerini yansıtan sınırlı sayıda resmî medya aracına dayanmaktaydı. Bu medya araçları arasında Çad Ulusal Radyosu, Çad Haber Ajansı tarafından yayımlanan bülten ve *Le Canard Déchaîné* (“İsyan Ördeği”) gazetesi yer almaktaydı. Habercilik ve görsel basın, içeriklerini hükümetin politikalarını destekleyecek şekilde yönlendirmiştir (Abbud, 2020, s. 163).

Öte yandan, Çad Radyosu ilk yıllarında yalnızca Fransızca dilinde yayın yaparak faaliyete başlamış; daha sonra Arapça ve çeşitli lehçeler de yayın diline dâhil edilmiştir. Bu dönemde radyo, iktidarın bir aracı olarak kullanılmış; eğitimsel, sosyal ve kültürel içeriklere ise sınırlı düzeyde yer verilmiştir. Hatta kültürel ve sosyal içerikli programlar dahi Fransız kültürünü yaymayı ve günlük yaşamı Fransız tarzına göre yansıtmayı hedeflemiştir (Yufidi, 2010, s. 5).

Bu yaklaşım, 1960'lı yıllar boyunca devam etmiştir. Ancak 1970'lerin başında, özellikle 1972 yılında, merhum Çad Cumhurbaşkanı Engarta Tombalbaye yeni bir ulusal politika benimsemiştir. Bu doğrultuda,

Çad Radyosu'nun adı "Çad Kültürel Devrimi Sesi" olarak değiştirilmiştir (Tahir, 2014, s. 172). Ayrıca şehir ve kişi adları da ulusal bir kimliğe uygun biçimde değiştirilmiştir. Örneğin, "Fort Lamy" şehri Çad Cumhuriyeti'nin bugünkü başkenti "Encamena"ya; "Fort Chambol" ise "Sarre"ye dönüştürülmüştür. Bu tür değişiklikler, ulusal kimliğin pekiştirilmesini amaçlamıştır (Ahmat, 2021, s. 128).

Bu yaklaşım, radyo programlarına da yansımış; birçok yerel lehçe programa dâhil edilerek farklı Çad toplulukları arasındaki iletişimi güçlendirmeye ve daha geniş sosyal hizmetler sunmaya katkı sağlamıştır. "Çad Kültürel Devrimi Sesi" olan isim, 13 Nisan 1975'te Tombalbaye rejiminin devrilmesinin ardından darbeciler tarafından "Çad Ulusal Radyosu" olarak değiştirilmiştir (Abbud, 2021, s. 17). Ancak radyo, 21 Mart 1980'de başlayan iç savaş nedeniyle yayınlarını durdurmuştur. Bu savaş, dokuz ay süren kanlı çatışmalara yol açmış ve binlerce Çadlı'nın hayatını kaybetmesine neden olmuştur. Savaşın sona ermesinin ardından ise ülke üzerinde derin ve uzun süreli izler bırakmıştır (Al-Asfahani, 1987, s. 15).

3.3.Üçüncü Aşama: Geçici Ulusal Birlik Hükümeti Dönemi

Çad basını, bu dönemde birden fazla siyasi ve askerî akımı bünyesinde barındıran Geçici Ulusal Birlik Hükümeti'nin varlığıyla birlikte farklı bir yapıya bürünmüştür. Bu durum, yarı bağımsız bir Çad basınının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. O dönemde basın özgürlüğü hakkında konuşulsa da medya hâlâ oldukça sınırlıydı ve genellikle silahlı gruplar tarafından desteklenen gazeteler ile radyo istasyonlarından oluşmaktaydı. Bu yayın organlarının varlıklarını sürdürebilmeleri, onları koruyan silahlı gruplara olan bağlılıklarına dayanmaktaydı (Zen, 2020, s. 12). Bu dönemde ortaya çıkan başlıca medya organları arasında *Sabah Bugün Gazetesi*, *Diriliş Gazetesi*, *Mundu Radyosu*, *Abeşe Özgür Radyosu*, *Farşa'daki Meşruiyetin Sesi*, *Hakikat Gazetesi* ve Geçici Ulusal Birlik Hükümeti'ne bağlı *Info Çad Bülteni* yer almaktadır (Tahir, 2012, s. 11).

3.4.Dördüncü Aşama: Hüseyin Habré'nin Diktatörlük Döneminde Medya (1982-1990)

Çad, Hüseyin Habré'nin 1982'de iktidara gelmesinin ardından yıllarca süren iç savaşların sonrasında sert bir diktatörlük rejimiyle yönetilmiştir. Tek tip düşüncenin ve baskıcı bir polis rejiminin yerleşmesiyle birlikte basın ve ifade özgürlüğünden söz etmek mümkün olmamıştır. Bu dönemde, muhalif görüşleri yansıtan herhangi bir medya organı bulunmamaktaydı. Çad Radyosu yalnızca hükümeti öven yayınlarla sınırlı kalmıştır. *Encemina Hebdo* gazetesi ise sosyal ve kültürel konulara odaklanmıştır (Nasur, 1999, s. 164). Neredeyse tüm medya organları hükümete bağlıyken yalnızca *Bardaï Radyosu* ve *Devrim Sesi* gibi yayınlar, siyasi ve askerî muhalefeti destekleyen içerikler üretmiştir. Özgürlük ve demokrasinin baskı altına alındığı bu dönemde, dikkat çekici bir gelişme olarak daha önce var olmayan bir medya organı olan *Çad Televizyonu* kurulmuştur (İPP, 2000, s. 298).

3.5.Çad Televizyonunun Kuruluşu

Yapılan araştırmalar, Çad Televizyonu'nun tesadüfen kurulduğunu ve önceden bir planlama yapılmadığını ortaya koymaktadır. Bu fikir, başkent Encemina'nın Sahel Çölü ile Mücadele Bölgesel Komitesi, Çad Gölü Otoritesi, Çad Gölü Havzası Komitesi ve Orta Afrika Gümrük, Ekonomik ve Para Birliği üyelerinin devlet başkanlarını ağırlamaya hazırlandığı dönemde ortaya çıkmıştır (Ahmat, 2021, s. 135).

Encemina'daki "Ridina" Uluslararası İletişim Merkezinin bir şubesinin açılışı sırasında, Merkez Müdürü Halil Debzak ile bir asker arasında spontane bir diyalog gerçekleşmiştir. Asker, "Çad'da neden bir televizyon kanalı yok?" diye sormuş; Debzak ise "Siz askerler ülkeyi birleştirmeyi başardınız, biz de teknisyenler olarak ulusal bir televizyon istasyonu kurmayı hedefliyoruz" şeklinde cevap vermiştir (Addanao, 2008, s. 50). Debzak bu fikri Başkan Hüseyin Habré'ye sunmuş, Habré de "Ulusal bir televizyon istasyonu kurabilir misiniz?" diye sormuştur. Debzak, güvenle "Evet" yanıtını vermiştir. Habré Brazzaville'e seyahat ederken Debzak gerekli ekipmanları Fransa'dan ithal etmeye başlamış ve bu

ekipmanlar yalnızca iki hafta içinde kurulum aşamasına getirilmiştir. Başkan Habré döndüğünde projeyi tamamlanmış hâlde görmüş ve Debzak'ı çağırarak bu büyük başarıdan dolayı övgüde bulunmuştur (Abdelkader, 2010, s. 72).

Sonuç olarak Çad Televizyonu'nun ilk yayını 11 Aralık 1987'de yapılmış ve başlangıçta yalnızca Encamina ile çevresindeki bölgelere ulaşabilmiştir. Kanal, 70 metre yüksekliğindeki bir direk üzerinden 1 kilovatlık bir vericiyle yayın yapmış; bu da yaklaşık 15 kilometre çapında bir alanı kapsamasını sağlamıştır (Addanao, 2008, s. 55).

Yayınlar, haftada dört gün —perşembeden pazara kadar— günde 6 saat; cumartesi ve pazar günleri ise 7 saat süreyle sınırlı tutulmuştur. Haber programları videokasetlere kaydedilerek yayımlanmış ve zamanla yayın alanı 80 kilometreye kadar genişlemiştir (Abdel-aziz, 2009, s. 31).

3.6.Özgürlük ve Demokrasi Dönemi (Altın Çağ – 1990)

Bu dönem, demokratik açılım ve siyasî çoğulculuk anlayışlarının hayata geçtiği bir süreci işaret etmekte olup Çad'daki medya alanının gelişimi ve evrimi açısından “Altın Çağ” olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu dönemde, Çad Cumhurbaşkanı Idriss Déby Itno iktidara gelmiş ve görevi devralırken yaptığı konuşmada şu ifadelerle yer vermiştir: “Size altın ya da gümüş getirmedim, size özgürlük ve demokrasiyi getirdim” (Ahmat, 2004, s. 29).

Bu açıklama, siyasi özgürlüğün temellerini atmaya yönelik açık bir taahhüt niteliği taşımaktadır. Bu dönemin en belirgin özelliği, medya sektörünün hükümet tekeline çıkmış olmasıdır. Bu yönelim, o dönemde birçok Afrika ülkesinde yaşanan demokratik dönüşüm süreciyle paralel olarak gelişmiş ve Çad'da daha önce görülmemiş bir medya patlamasına yol açmıştır (Yufidi, 2010, s. 7).

1993 yılında düzenlenen bağımsız Ulusal Kongre sonucunda esnek medya yasaları kabul edilmiş ve bu yasal düzenlemeler, özel medya organlarının ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Bu çerçevede, radyo istasyonları ve gazeteler dâhil olmak üzere çok sayıda özel medya kuruluşunun kurulmasına zemin hazırlanmıştır. Medya ortamındaki bu genişleme, özel radyo istasyonlarının sayısının 48'e ulaşmasıyla dikkat çekici bir büyüme göstermiştir. Bu istasyonlar, sivil toplum kuruluşları ve yerel gruplar tarafından işletilmekte olup FM frekansları üzerinden tüm ülkeye yayın yapmaktadır (Doumgor, 2005, s. 97). Ayrıca bazıları henüz yayına başlamamış olmakla birlikte 16 dernek radyosu lisanslanmış; büyük şehirlerde ise Moundou, Sar, Ati, Abeşe ve Faya olmak üzere beş bölgesel radyo istasyonu kurulmuştur (Tahir, 2012, s. 16).

Çad Televizyonu, medya gelişiminin bir parçası olarak önemli değişiklikler geçirmiştir. 2006 yılında radyo ve televizyon, “Ulusal Radyo ve Televizyon Kurumu” (ONRTV) adı altında tek bir çatı altında birleştirilmiş; daha sonra adı “Yüksek Sesli Görsel Medya Kurumu” (HAMA) olarak değiştirilmiştir. Bu değişiklik, resmî medyanın ulusal ve uluslararası olayları kapsama rolünü güçlendirmiştir. Ayrıca Çad Televizyonu, 2008 yılında uydu yayınına geçerek yayın alanını genişletmiş ve ülke sınırları dışında da izleyicilere ulaşmayı mümkün kılmıştır (Badji, 2019, s. 21).

Çad'da günlük televizyon yayını, 29 Nisan 2002'de başlamış; bu tarih Güney Kore ve Japonya'da düzenlenen Dünya Kupası maçlarının yayımlandığı döneme denk gelmiştir. Çad Televizyonu'nun ilk yayını, ses olmadan iletilen görüntülerle gerçekleştirilmiş, izleyiciler sesi almak için FM frekansı üzerinden çalışan transistör cihazları kullanmak zorunda kalmışlardır (Ahmat, 2021, s. 138).

Başkan Hüseyin Habré'nin hükümetinin devrilmesinin ardından, Başkan Idriss Déby Itno tarafından televizyonun Bilgi Bakanlığına bağlanmasına ilişkin bir başkanlık kararnamesi yayımlanmıştır. Bu kararnameyle birlikte televizyonun yönetimini denetlemek ve hükümetin medya politikalarını uygulamak üzere bir müdür ve iki yardımcı atanmıştır. Ayrıca ülkenin kalkınma projelerini takip etmek de televizyonun görevleri arasında yer almıştır (Yufidi, 2008, s. 41). Uydu yayıncılığına geçiş süreci kapsamında 2008

yılında hükümet; Abéché, Faya, Moundou ve Sar şehirlerinde dört yerel televizyon istasyonu kurma kararı almış, FM frekansları üzerinden yayın yapan yerel radyo istasyonlarıyla birlikte televizyon yayıncılığı için bir milyar FCFA bütçe ayırmıştır. Bu kapsamda, uydu alıcıları ve televizyon programları üretim ekipmanları satın alınmıştır (Tahir, 2012, s. 6). Ağustos 2008’de Fransız uzmanlardan oluşan bir ekip, dört şehri ziyaret etmiş; Medya Bakanlığına önerilerde bulunmuş ve ardından televizyon ekipmanları kurulmuştur (Abubakar, 2021, s. 64).

Şu anda Çad Televizyonu, programlarını Nilesat uydusu üzerinden 11603 (H) frekansıyla yayımlamaktadır. Ayrıca Ulusal Radyo ve Televizyon Kurumunun merkezî binası 13 katlı olup Çad’daki en büyük yapılardan biridir. Bu yapı, Çad medyasının gelişimini ve küresel medya alanına entegrasyonunu simgelemektedir (Addanao, 2008, s. 57). Diğer yandan Çad Televizyonu, hâlen insan kaynağı açısından eksiklikler yaşamaktadır. Bu durum, sınırlı ve çeşitlenmemiş medya içeriği olarak yayınlara yansımaktadır. Haber bültenleri sadece üç kez yayımlanmaktadır: İlki saat 19.00’da Arapça, ikincisi saat 20.00’de Fransızca ve üçüncüsü ise saat 21.30’da yerel dillerden birinde yayımlanmaktadır (Abdel-kader, 2010, s. 67).

Çad’da günümüzde birçok özel televizyon kanalı da kurulmuştur. Örneğin: Kanal Nasr (2012), Elektron TV (2013), ardından 2020 yılında art arda yayın hayatına başlayan Çad 24 ve Toumai TV; 2021’de Sahara TV, 2022’de Shift TV ve 2024’te Çad Info ile Manara TV. Bu kanalların tamamı Canal+ ve Nilesat gibi uydular üzerinden yayın yapmaktadır (Abgarı, 2025).

Dikkat çeken bir diğer nokta, Çad 24 kanalının, ülkedeki en büyük medya grubu olan 2TNRTV grubunun bir parçası olmasıdır. Bu grup; *Tchad 24*, *Tchellou Drama*, *Tchellou 17ème Rue*, *Tchellou Cinema*, *Tchellou Africa*, *Tchellou Soudania*, *Tchellou Haoussa*, *Tchellou Religion*, *Tchellou Darry*, *Tchellou Music*, *Tchellou Novelas*, *Tchellou Animaux*, *Tchellou Toon* ve *N’Djamena 24* adlı toplam 14 televizyon ve radyo kanalını bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca bu gruptan yalnızca *Tchad 24*, Canal+ ve Nilesat üzerinden yayın yaparken diğer tüm kanallar sadece karasal yayın yapmaktadır (Abdu, 2025).

Genel olarak günümüzde Çad’da toplamda 189 medya organı bulunmaktadır. Bunlar devlet ve özel medya olarak aşağıdaki şekilde sınıflandırılmaktadır:

Tablo 1. Çad’da Devlet ve Özel Sektör Kontrolündeki Yayınların Dağılımı (Zen, 2020).

Devlet medyası	Özel televizyon kuruluşları	Özel radyolar		Basılı gazeteler	Elektronik gazeteler
Çad Ulusal Radyosu (RNT) Çad Haber Ajansı (ATP) Çad Televizyonu (Télé Tchad)	AL-Nassour TV Elektron TV Tchad24TV ToumaiTV SaharaTV Tchad Info TV ManaraTV Chift TV 24	24 Yerel radyo	52 Bölgesel radyo	22 Fransızca 5 Arapça	75 Elektronik Gazeteleri

Bu medya çeşitliliği, Çad’da medya sektörünün önemli bir gelişim gösterdiğini ortaya koymaktadır. Televizyon kanallarının sayıca artması, radyo istasyonlarının çoğalması ve basılı ile dijital gazetelerin yaygınlaşması; ülkedeki basın özgürlüğünün güçlenmesini ve haber kaynaklarının çeşitlenmesini yansıtmaktadır.

1. Çad Medyasının Karşılaştığı Zorluklar

Çad medyası, gelişimini ve sürdürülebilirliğini engelleyen pek çok zorlukla karşı karşıyadır. Bu zorlukların başında bağımsızlığı tehdit eden mali sorunlar gelmektedir. Pek çok Çad gazetesi, baskı masraflarını karşılayamaması ya da gazetecilere ve diğer çalışanlara maaş ödeyememesi nedeniyle yayın hayatına son vermek zorunda kalmıştır. Çad gazetelerinde çalışanların sayısı, diğer ülkelere kıyasla daha az olmakla birlikte profesyonellik ve deneyim eksikliği gibi ciddi sorunlarla karşılaşmaktadır. Ayrıca medya yönetimi ve kurumsal gelişim için gerekli olan mali kaynakların sınırlı olması da önemli bir engel teşkil etmektedir (Alfayd, 2020, s. 165).

Bunun yanı sıra Çad medyası, dağıtım ağının yetersizliği ve reklam pazarının zayıflığı gibi çeşitli nedenlerle ciddi sıkıntılar yaşamaktadır. Bu sorunların başında ülkedeki yüksek okuryazarlık eksikliği gelmektedir. Çad'da okuma yazma bilmeyenlerin oranı %78'dir (info, 2022). Ayrıca baskı maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle gazetelerin çoğu renksiz basılmaktadır. Bu durum, gazete okuyucu kitlesinin daralmasına neden olmaktadır.

Buna ek olarak halkın gazete satın almaktan kaçınması ve Çad'daki gazetelerin çoğunun Arapça ya da Fransızca dillerinde ve haftalık olarak yayımlanması da basın sektörünü zorlayan etkenler arasında yer almaktadır. Bu durumun istisnaları, günlük yayımlanan *Le Progrès* gazetesi ile haftada iki kez çıkan *N'Djamena Bi-Hebdo* gazetesidir (Abbud, 2020, s. 167). Öte yandan dijital basın da sık sık internet kesintileriyle karşı karşıya kalmakta; ayrıca sürekli siber saldırılara maruz kalması, sürdürülebilir ve güvenilir içerik üretme kapasitesini sınırlamaktadır (Abdel-kader, 2009, s. 52).

Görsel ve İşitsel Medya Alanındaki Zorluklar

Görsel ve işitsel medya alanında karşılaşılan en büyük zorluklar arasında hükümetin kontrolü ve bağımsızlık eksikliği yer almaktadır. Devlet, resmî televizyon ve radyo yayın organları üzerinde tam yetkiye sahip olduğundan, medya içeriklerinin çeşitliliği büyük ölçüde kısıtlanmaktadır. Ayrıca programlar ve haberler sıkı bir sansüre tabi tutulmakta; bu da devlet kanallarını, bağımsız ve objektif haber sunan yapılar olmaktan çıkararak resmî söylemin aktarıldığı platformlara dönüştürmektedir (Zen, 2020). Bunun yanı sıra sektördeki altyapı eksiklikleri ve modern teknolojilerin yetersizliği de ciddi bir sorun teşkil etmektedir. Özel televizyon ve radyo kanalları, gelişmiş ekipmanlardan yoksun olduğu için medya üretiminin kalitesi olumsuz etkilenmektedir.

Program çeşitliliğinin sınırlı olması da Çad medyasının karşılaştığı temel engellerden biridir. Yayın içeriklerinin büyük bölümü, yalnızca söyleşi programlarından oluşmakta; izleyicileri cezbedebilecek farklı türde programlara ise pek yer verilmemektedir. Ayrıca özel medya kuruluşları finansman yetersizliği nedeniyle büyük ölçüde devlet desteğine bağımlı hâle gelmiş; bu durum, bağımsızlıklarını zayıflatmıştır (Abbud, 2020, s. 167). Ek olarak ülkenin ekonomik durumu ve yüksek okuryazarlık eksikliği nedeniyle güçlü bir reklam piyasasının bulunmaması, medya kuruluşlarının finansal kaynaklarını sınırlamaktadır. Birçok tüccar, reklamcılığı bir tanıtım aracı olarak değerlendirmemekte ve reklamın potansiyel gücünü yeterince kavrayamamaktadır (Zen, 2025).

Çad medyasının gelişimini engelleyen bir diğer önemli sorun ise gazetecilerin ve medya çalışanlarının düşük ücretlerle çalışmasıdır. Bu durum, birçok gazetecinin yerel olarak "Gombo" olarak bilinen ve haber takibi karşılığında aldıkları küçük ödemelere güvenmesine neden olmaktadır. Ayrıca eğitim eksikliği ve nitelikli medya profesyonellerinin yetersizliği de önemli bir engel teşkil etmektedir. Ülkede, medya alanında yetkin gazeteciler yetiştirebilecek uzmanlaşmış eğitim kurumlarının bulunmaması, medya içeriklerinin kalitesini olumsuz etkilemekte; çalışanların yazım ve düzenleme becerilerinde zayıflıklara yol açmakta ve modern gazetecilik ile dijital medya tekniklerine yeterince hâkim olmalarını engellemektedir.

Genel olarak Çad'daki medya sektörü, sürdürülebilirliği ve gelişimi tehdit eden çok boyutlu ve karmaşık zorluklarla karşı karşıyadır. Bu nedenle söz konusu hayati sektörün güçlendirilmesi ve bilginin profesyonel ve objektif biçimde aktarılmasının sağlanabilmesi için kapsamlı ve uzun vadeli çabalar gerekmektedir.

4. Sömürgeci Demokrasiye Afrika'da Medya Mücadelesi: Çad Medyasının Tarihi Seyri

4.1.Yöntem

Bu çalışmada, araştırma konusunun mevcut bilgi birikimi bağlamında değerlendirilmesi amacıyla nitel bir yöntem olarak literatür taraması kullanılmıştır. Literatür taraması, araştırma probleminin anlaşılması, kavramsal çerçevenin belirlenmesi ve çalışmanın özgün katkısının ortaya konulması açısından temel bir basamak olarak kabul edilmektedir (Boote & Daily, 2005, s. 3). Bu yöntem, alanyazındaki benzer araştırmaları sistematik biçimde incelemeyi ve kuramsal bir bağlamda sınıflandırmayı mümkün kılar.

Yöntemsel olarak yapılan tarama, hem ulusal hem de uluslararası veri tabanlarında yer alan hakemli makaleler, tezler, kitap bölümleri ve raporlar üzerinden yürütülmüştür. Literatürün sistematik olarak analiz edilmesi, yalnızca ilgili çalışmaların listelenmesiyle sınırlı kalmamış; aynı zamanda tematik benzerlikler, metodolojik yaklaşımlar ve bulgular arasındaki ilişkiler de değerlendirilmiştir. Hart'a göre (1998, s. 27), etkili bir literatür taraması yalnızca bilgi toplamakla kalmaz, aynı zamanda alandaki boşlukları da ortaya koyarak yeni araştırmalara yön verir.

5. Sonuç

Çad'da medya sektörü, önemli dönüşümler geçirerek devlet kontrolünde sınırlı bir araç olmaktan çıkmış; daha açık ve çeşitli bir yapıya bürünerek ifade özgürlüğünün gelişmesine katkı sağlamıştır. Başlangıçta medya, devletin sıkı denetimi altında yalnızca resmî mesajların iletilmesine hizmet etmekteydi; bu durum ise bağımsızlık ve tarafsızlığı büyük ölçüde kısıtlamaktaydı. Ancak zamanla bağımsız medya kuruluşlarının ortaya çıkışıyla medya alanında çoğulculuk gelişmiş; bu da haberlerin aktarımı ile toplumsal meselelerin farklı bakış açılarıyla ele alınmasını mümkün kılmıştır.

Görsel ve işitsel medya, özellikle radyo ve televizyonun ulusal bir çatı altında birleştirilmesi ve teknolojik ilerlemeler sayesinde uydu yayınlarının yaygınlaşmasıyla bilgiye erişimi artırmada kritik bir rol üstlenmiştir. Bu gelişmeler, televizyon kanallarının çeşitlenmesine ve izleyici kitlesinin genişlemesine katkı sağlamıştır. Bununla birlikte okuryazarlık oranının düşük olduğu kırsal bölgelerde radyo, en yaygın ve etkili medya aracı olarak önemini korumakta; geniş kitleler için temel bir bilgi kaynağı olmaya devam etmektedir. Öte yandan Çad medyası, çeşitli yapısal ve ekonomik zorluklarla karşı karşıyadır. Başlıca sorunlar arasında finansal kaynakların yetersizliği, istikrarlı bir reklam piyasasının eksikliği ve yazılı basına yönelik talebin azalması yer almaktadır. Bu durum, yayımlanan gazete sayısının azalmasına neden olmuş ve basılı medyanın sürdürülebilirliğini zorlaştırmıştır. Ayrıca teknik altyapının sınırlılığı ile gazetecilerin mesleki gelişimlerini destekleyecek sürekli eğitim programlarının eksikliği, medya sektörünün gelişimini ve uluslararası rekabet gücünü kısıtlamaktadır.

Dijital devrim ve internetin yaygınlaşması, geleneksel medya araçlarının yerini giderek dijital platformlara ve sosyal medyaya bırakmasına yol açmıştır. Bu değişim, geleneksel medya kuruluşlarının ayakta kalabilmesi için dijitalleşmeye hızla uyum sağlamasını zorunlu kılmıştır. Çad'da medya sektörünün geleceği; basın özgürlüğünü teşvik eden bir ortamın oluşturulmasına, içerik kalitesinin artırılmasına ve medya kuruluşlarının bağımsızlığının güvence altına alınmasına bağlıdır. Bu unsurların sağlanması, güçlü ve küresel gelişmelere uyum sağlayabilen, topluma tarafsız ve şeffaf bilgi sunan bir medya sektörünün inşasına katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Abbud, A. A. (2020). Çad Medyası: Mevcut Durum ve Gelecek Beklentileri. *I*(56), s. 155-177.
Abbud, A. (2021). Siyasi ve Medya Sistemi Arasındaki Karşılıklı Bağımlılık: Çad Örneği. (17), s. 1-22.

- Abdel-aziz, A. (2009). Encemena Şehrinde İletişim ve Medya Amaçlı Arazi Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi, Kral Faysal Üniversitesi.
- Abdel-kader, A. A. (2009). Televizyon Tartışma Programlarının Üretim Sorunları. Yüksek Lisans Tezi, Omdurman İslam Üniversitesi.
- Abdel-kader, A. A. (2010). Çad'da Medya ve İletişim Araçlarının Gelişimi (1990-2010). *Başkan İdris Debi İtno Döneminde Demokrasi ve Barış Konferansı* (s. 246). Encemina: Afrika Üniversitesi Matbaası: Hartum. .
- Abdu, A. (2025). Tchad 24 TV Teknik Direktörü görüşme.
- Abgarı, H. M. (2025). Yüksek Sesli ve Görsel Medya Otoritesi Koordinatörü Görüşme .
- Abubakar, İ. S. (2021). The Audience's Attitudes Toward Talk shows on National Television: . Unpublished Master's Thesis, University of Sinnar, Sudan. .
- Addanao, K. A. (2008). Özel Medya Kurumlarının Yönetimi Al-beyan Radyosu Örneği. Çad: Yüksek lisans Tezi, Kral faysal Üniversitesi.
- Ahmat, A. K. (2004). Çad'da Demokrasi ve Çoğulculuk 1990 (Çev). Encemina, Çad: yayınlanmamış.
- Ahmat, M. A. (2021). Televizyon Programlarının Sosyal Kalkınma Etkinliği: Televizyondaki (Çev). Afrika Dünya Üniversitesi'ndendoktora tezi.
- Al-Asfahani, N. (1987, Nisan). Çad Krizi: Silahlı Çatışma ile Ulusal Çıkar Arasında. 23(88), s. 220-227.
- Alfayd, A. (2020). Çad Medyası: Mevcut Durum ve Gelecek Beklentileri. 1(57), s. 155-177.
- Badji, A. İ. (2019). Ulusal Televizyondaki Tartışma Programlarına İzleyici Eğilimleri: Diyalog İçin Bir Konu Programı Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma. Lisans Tezi, Kral Faysal Üniversitesi/ Çad.
- Baraka, A. İ. (2020). Çad'da Arap Zamkı Üretim Koşulları ve Engelleri. (Çev). 31(122), s. 1-24.
- Boote, D. N., & Beile, P. (2005). Scholars before researchers: On the centrality of the dissertation literature review in research preparation. *Educational Researcher*, 34(6), 3–15. <https://doi.org/10.3102/0013189X034006003>
- Bukari, A. Y. (2019). Medya Kurumlarının Performansını Geliştirmede Planlamanın Etkinliği: 2012-2019 Döneminde Medya Kurumlarından Bir Örneklem Üzerine Analitik Bir Çalışma.(Çev). Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ribat Milli Üniversitesi.
- Doumgor, H. M. (2005). *Idriss Deby Itno Le Pari de la paix et du développement durable*. N'djaména: Imprimerie du Tchad.
- Gondje, L. (2009). Çad'da Medyanın Mesleki Ortamı – İletişim Genel Durumu (Çev). *Başkan İdris Debi İtno Döneminde Demokrasi ve Barış Konferansı*. Encemina: Afrika Dünya Üniversitesi Matbaası: Hartum.
- Hart, C. (1998). Doing a literature review: Releasing the social science research imagination. Sage Publications.
- info, J. A. (2022, 9 8). *Dünya Okuryazarlık Günü Kutlaması*. <https://www.facebook.com/assabahinfo/posts/%D8%AA%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9> adresinden 8.4.2025 tarihinde alındı
- İPP. (2000). *Afrique Centrale Des Médias pour la démocratie*. (E. Karthala, Éd.) Paris: Paris, İPP Institut Panos.
- Maoudonodji, G., & Koï, P. (1995). *Radio et Culture démocratique : Les enjeux du pluralisme radiophonique au Tchad*. N'djaména: Table ronde, CEFOD – Institut Panos Paris.
- Nasur, H. (1999). Kayıp Özgürlük: Afrika'da Basının Ulusal İktidarla İlişkisi. 2(15), s. 157-189.
- Tahir, A. M. (2012). Çad Medyasında Arapçanın Yeri ve Rolü: El-Beyan Radyosu Örneği. https://www.alarabiahconferences.org/wp-content/uploads/2019/04/conference_research-1348539799-1527759316-1977.pdf adresinden 7.4.2025 tarihinde alındı
- Tavukcu, S. (2021). Fransa'yı Panikleten Çad'daki Gelişmeler. <https://www.sde.org.tr/sinan-tavukcu/genel/fransayi-panikleten-caddaki-gelismeler-kose-yazisi-22142> adresinden alındı
- Yufidi. (2008). *Hayır İşlerini Desteklemede Medyanın Rolü: 2003-2008 Döneminde El*. Hartum: Afrika Uluslararası Üniversitesi'nde düzenlenen Hayırseverlik Forumu'nda sunulan araştırma.

- Yufidi, A. (2010). Başkan İdris Debi Itno Döneminde İşitsel Medyanın Gelişimi (1990). *Başkan İdris Debi Itno Döneminde Demokrasi ve Barış Konferansı*. 4. Encemina: Afrika Dünya Üniversitesi Matbaası: Hartum.
- Zen, M. T. (2020a). *Çad'da Dijital Platformlar İktidar Medyasına Karşı Direniyor*. Erişim Tarihi: 16:45 20.03.2025 tarihinde Al Jazeera Medya Enstitüsü: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1133> adresinden alındı
- Zen, M. T. (2020b). Çad'da gazeteciliğin kâğıttan dijitale dönüşümü. s. 1-37.
- Zen, M. T. (2025). *Çad'daki Savaş: Gazeteci, Sahte Haberler ve Propaganda ile Karşı Karşıya*. Al Jazeera Medya Enstitüsü: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1524> adresinden alındı



Doktor-Tıbbi Müessil İletişiminde Halkla İlişkiler Ortam ve Araçlarının Rolü: Uygulamalı Bir İnceleme*

The Role of Public Relations Settings and Tools in Doctor–Medical Representative Communication: An Empirical Investigation

Vural Çifci,^a Murat Başarır^b

^a Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.
vuralcifci@msn.com
ORCID: 0000-0003-2014-9366

^b Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.
muratbasarir@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0003-2363-6370

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 04.06.2025

Düzeltilme tarihi: 25.06.2025

Kabul tarihi: 27.06.2025

Anahtar Kelimeler:

*Sağlık Hizmetlerinde İletişim,
Doktor-Tıbbi Müessil İletişimi,
Halkla İlişkiler Ortam ve Araçları,
Halkla İlişkiler.*

ÖZ

Bu araştırma, doktorlar ile tıbbi mümessiller arasındaki iletişimde halkla ilişkiler ortamları ve araçlarının rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın temel problemi, bu ortam ve araçların hekimlerin bilgi edinme ve karar verme süreçlerine olan etkinliğinin belirlenmesidir. Araştırma kapsamında halkla ilişkiler ortamlarından; sunumlar, kongreler ve/veya sempozyumlar, çalıştaylar ve/veya eğitim seminerleri, ikili ilişkiler, sosyal sağlık projeleri ile broşürler, dijital broşürler, promosyonlar, stantlar gibi halkla ilişkiler araçlarının etkililiği analiz edilmiştir. Literatürde yer alan benzer çalışmalar, hekimlerin ilaç firmalarından beklentilerini, iletişim sürecinde tercih ettikleri ortamları ve tanıtım faaliyetlerinin reçeteleme davranışlarına etkisini ortaya koymaktadır. Nitel araştırma yöntemiyle yürütülen bu çalışmada, veri toplama aracı olarak yapılandırılmış anket kullanılmış; örnekleme ise Kayseri ilindeki kamu hastanelerinde görev yapan 32 Enfeksiyon Hastalıkları ve Klinik Mikrobiyoloji uzmanı doktor oluşturmaktadır. Elde edilen bulgular, sağlık profesyonellerinin en çok kongreler/sempozyumlar ve çalıştaylar/eğitim seminerlerine önem verdiğini ortaya koyarken, bu durum yüz yüze etkileşim, mesleki bilgi paylaşımı ve uygulamalı eğitimin ön planda tutulduğunu göstermektedir. Sunumlar da bireysel bilgi aktarımı açısından önemli bulunmuştur. Orta düzeyde önemsenen sosyal sağlık projeleri ve ikili ilişkiler, saha uygulamaları ile birebir iletişime yönelik ölçülü bir değer atfedildiğini yansıtırken; stantlar, promosyonlar, dijital broşürler ve broşürler gibi geleneksel tanıtım araçları daha düşük puanlarla nispeten arka planda kalmıştır. Bununla birlikte, dijital broşürlerin gelecekte artan dijitalleşme ile birlikte daha fazla önem kazanabileceği öngörülmektedir. Genel olarak sonuçlar, sağlık profesyonellerinin bilgi edinme ve iletişim süreçlerinde etkileşimli, yüz yüze ve mesleki gelişimi destekleyici ortamları daha değerli bulduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, halkla ilişkiler ortam ve araçlarının planlı, etik ilkelere uygun ve hekim beklentilerini karşılayacak biçimde kullanılması, ilaç firmalarının tanıtım faaliyetlerinde başarılarını artırmalarına katkı sağlamakta; ayrıca sağlık iletişimi süreçlerinin etkililiğine ve sektörde güven temelli ilişkilerin kurulmasına önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda çalışma, firmaların güncel iletişim stratejilerini yeniden yapılandırmalarına bilimsel bir temel sunmakta ve doktor-tıbbi mümessil etkileşimlerinin geliştirilmesine yönelik stratejik öneriler ortaya koymaktadır.

* DOI: 10.46442/intjcss.1714763

** Sorumlu yazar: Vural Çifci, vuralcifci@msn.com

* Bu makale, Vural Çifci tarafından, Murat Başarır danışmanlığında Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde tamamlanan *Doktor-Tıbbi Müessil İletişiminde Kullanılan Halkla İlişkiler Ortam Ve Araçlarının Rolü Üzerine Bir Uygulama* adlı Yüksek Lisans tez çalışmasından türetilmiştir.

ARTICLE INFO*Article history:**Received: 04.06.2025**Received in revised form: 25.06.2025**Accepted: 27.06.2025**Keywords:**Health Communication in Healthcare Services,
Doctor–Medical Representative Communication,
Public Relations Settings and Tools,
Public Relations.***ABSTRACT**

This study aims to examine the role of public relations settings and tools in the communication between physicians and medical representatives. The main research problem of the study is to determine the effectiveness of these settings and tools on physicians' information acquisition and decision-making processes. The study analyzes the effectiveness of various public relations tools such as brochures, digital promotional materials, face-to-face meetings, and scientific conferences. Existing literature highlights physicians' expectations from pharmaceutical companies, their preferred communication methods, and the impact of promotional activities on prescribing behaviors. This study, conducted using a qualitative research method, employed a structured questionnaire as the data collection tool. The sample consisted of 32 Infectious Diseases and Clinical Microbiology specialists working in public hospitals in the province of Kayseri. The findings reveal that healthcare professionals attach the greatest importance to congresses/symposia and workshops/training seminars, highlighting a preference for face-to-face interaction, professional knowledge exchange, and hands-on education. Presentations were also found to be significant in terms of individual knowledge transfer. Social health projects and interpersonal relationships were regarded as moderately important, reflecting a measured valuation of field-based activities and one-on-one communication. In contrast, more traditional promotional tools such as booths, promotional items, digital brochures, and printed brochures received lower scores and were perceived as relatively less important. Nevertheless, digital brochures are anticipated to gain greater significance in the future due to ongoing digitalization. Overall, the results indicate that healthcare professionals place higher value on interactive, face-to-face environments that support professional development and effective information exchange. In conclusion, the strategic, ethically sound, and expectation-oriented use of public relations settings and tools significantly contributes to the success of pharmaceutical promotional activities. Furthermore, such practices enhance the effectiveness of health communication processes and support the development of trust-based relationships in the sector. This research provides a scientific foundation for pharmaceutical companies to revise their current communication strategies and offers strategic insights for strengthening physician–medical representative interactions.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Çifci, V., Başarır, M. (2025). Doktor-Tıbbi Mümessil İletişiminde Halkla İlişkiler Ortam ve Araçlarının Rolü: Uygulamalı Bir İnceleme. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 11 (1), s. 73-88.

1. Giriş

İletişim, insanlık tarihinin en temel becerilerinden biri olarak toplumsal yaşamın şekillenmesinde ve bireyler arası etkileşimlerin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Mağara resimlerinden dijital platformlara kadar evrilen iletişim araçları, yalnızca bilgi aktarımını değil, aynı zamanda kültürel birikimin nesilden nesle aktarılmasını sağlamaktadır (Gönenç, 2007; Crowley ve Heyer, 2014: 360-362; Altınbaşak ve Karaca, 2009). İletişim süreci; kaynak, mesaj, kanal, alıcı ve geri bildirim gibi temel bileşenlerden oluşmakta olup bu bileşenlerin etkin biçimde işlemesi gerek bireyler arası gerekse örgütsel düzeyde verimliliği artıran bir unsurdur (Baltaş ve Baltaş, 2003: 26; Koçel, 2023: 225).

Modern toplumlarda iletişim yalnızca bireyler arası değil, aynı zamanda örgütsel ve kitle düzeyinde stratejik bir yapı kazanmıştır. Özellikle sağlık sektörü gibi bilgiye dayalı, güven ilişkisi gerektiren alanlarda etkili iletişim hem hizmet kalitesini hem de hasta memnuniyetini doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda sağlık iletişimi hem bireylerin sağlık davranışlarını şekillendirmede hem de sağlık profesyonellerinin bilgiye erişim süreçlerinde önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır (Kaya, 2014; Saçkan, 2016: 22).

İlaç sektöründe ise tıbbi mümessiller ile doktorlar arasında kurulan iletişim, ürün tanıtımı, reçeteleme kararları ve marka sadakati gibi birçok süreci etkileyen çok boyutlu bir ilişkidir (Sezgin, 2013: 35; Özbucak, 2004). Bu ilişkinin kalitesi hem mümessilin performansını hem de hekimin klinik kararlarının bilimsel temellere dayanmasını etkileyebilmektedir. İletişim stratejilerinin başarıya ulaşması, yalnızca kullanılan araçlara değil, aynı zamanda bu araçların hedef kitleye uygun biçimde sunulmasına bağlıdır.

Tıbbi mümessillik mesleği, sağlık hizmetleri alanında ürün bilgisi sunumunun ötesinde, doktorlarla kurulan profesyonel ilişkilerde stratejik bir rol üstlenen ve halkla ilişkiler uygulamalarının merkezinde yer

alan bir meslek grubudur. Bu meslek grubunun temsilcileri, sağlık profesyonelleri ile bilimsel, etik ve güvene dayalı bir iletişim süreci yöneterek, ilaç firmalarının ürünlerini tanıtmakta ve satış stratejilerini sahada uygulamaktadır (Petek, 2021; Özbucak, 2004). Tıbbi mümessiller, yalnızca satış elemanları olarak değil, aynı zamanda bilimsel veriye dayalı tanıtım yapan, etik standartlara uygun hareket eden ve uzun vadeli ilişkiler kurabilen profesyoneller olarak konumlandırılmaktadır (Akduman ve Akyüz, 2022).

Sağlık sektöründe halkla ilişkiler uygulamaları, hastalar, hekimler, kurumlar ve kamuoyunun etkili şekilde bilgilendirilmesini, güvenin tesis edilmesini ve kurumsal itibarın yükseltilmesini sağlamaya yönelik stratejik bir işlev görmektedir. Bu uygulamalar, tıbbi mümessillerin iletişim faaliyetlerinde özellikle doktorlarla olan etkileşimlerinde temel belirleyici unsurlar arasındadır. Halkla ilişkiler; stratejik iletişim planlaması, hedef kitle analizi, mesaj tasarımı ve medya yönetimi gibi bütüncül bir yaklaşımla ele alındığında, sadece tanıtım faaliyetlerinin değil, aynı zamanda profesyonel güven ilişkilerinin kurulmasında da kritik bir rol üstlenmektedir (Wright ve Lundstrom, 2004; Saragih vd., 2023).

Türkiye'de bu meslek, 1950'lerden itibaren sanayileşme sürecine paralel olarak gelişmiş; 1990'lardan sonra çok uluslu ilaç firmalarının pazara girişiyle birlikte daha kurumsal ve satış odaklı bir yapıya evrilmiştir (Şemin, 1998; Sezgin, 2013). Sağlık Bakanlığı tarafından verilen Ürün Tanıtım Temsilcisi Yeterlilik Belgesi gibi yasal zorunluluklar ile birlikte meslek daha da profesyonelleşmiş, etik çerçeveler netleşmiştir (Düzcü vd., 2017).

Bu çalışma, doktorlar ile tıbbi mümessiller arasındaki iletişimde halkla ilişkiler ortamları ve araçlarının rolünü incelemeyi amaçlamakta olup, temel problemi bu ortam ve araçların hekimlerin bilgi edinme ve karar verme süreçlerine olan etkisinin belirlenmesidir. Araştırmada broşürler, dijital tanıtım materyalleri, promosyon ürünleri, yüz yüze görüşmeler, bilimsel toplantılar, sunumlar ve sosyal projeler gibi halkla ilişkiler araçlarının etkililiği analiz edilmiştir. Literatürde yer alan benzer çalışmalar, hekimlerin ilaç firmalarından beklentilerini, iletişim sürecinde tercih ettikleri ortamları ve tanıtım faaliyetlerinin reçeteleme davranışlarına etkisini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı, doktorlar ile tıbbi mümessiller arasındaki profesyonel ilişkide halkla ilişkiler araçlarının ve ortamlarının, hekimlerin bilgi edinme ve karar verme süreçlerine nasıl katkı sağladığını analiz etmektir. Hem tıbbi mümessillik mesleğinin dönüşümünü hem de halkla ilişkiler disiplininin sağlık sektöründeki rolünü kuramsal ve uygulamalı boyutlarıyla ele alan bu araştırma, sağlık iletişimi alanına özgün bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

2. Sağlık Hizmetlerinde İletişim

Sağlık hizmetleri, bireylerin yaşam kalitesini artıran ve toplumsal refah düzeyini yansıtan temel kamu hizmetlerinden biridir. Bu hizmetlerin temel amacı, bireylerin fiziksel ve ruhsal sağlıklarını koruyarak, onlara ulaşılabilir, etik ilkelere uygun ve etkili tıbbi çözümler sunmaktır (Cantürk, 2012: 14). Sağlık hizmetleri yalnızca hastalıkların teşhis ve tedavisiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda koruyucu, rehabilite edici ve sağlığı geliştirici nitelikteki uygulamaları da içermektedir (Kavuncubaşı ve Yıldırım, 2022: 34; Kızılnal, 2017: 4).

İletişim ise bu süreçlerin merkezinde yer almakta; bireylerin sağlık hizmetlerinden etkin biçimde yararlanmasını sağlayan bir köprü işlevi görmektedir. İletişim türleri sözlü, sözsüz, yazılı ve görsel olmak üzere çeşitlenmekte olup, her biri sağlık sektöründe farklı bağlamlarda kullanılmaktadır (Kılıç, 2014: 25-26; Güngör, 2011: 38). Görsel iletişim, medya ve sanat yoluyla kültürel ve duygusal aktarımın güçlü bir aracı haline gelirken; yazılı iletişim, özellikle kalıcılığı ile dikkat çekmektedir (Karadoğan Doruk, 2022: 41).

Sağlık hizmetlerinin bu çok yönlü yapısı; tüketici bilgi eksikliği, rasyonel olmayan davranışlar, etik kurallar ve ürün kalitesi belirsizliği gibi kendine özgü özellikleri beraberinde getirir (Boylubay, 2017: 16-17; Odabaşı ve Oyman, 2009: 31-32). Ayrıca sağlık hizmetlerinin toplumsal etkileri göz önünde

bulundurulduğunda, bu hizmetlerin piyasa koşullarına bırakılmadan kamu eliyle yürütülmesi gerektiği savunulmaktadır (Akbelen, 2007: 26-27).

Bu bağlamda sağlık hizmetleri; koruyucu, tedavi edici, rehabilite edici ve sağlığın geliştirilmesine yönelik olmak üzere dört temel kategoriye ayrılmaktadır (Boylubay, 2017: 14-17; Agopyan, 2016: 60-62). Koruyucu sağlık hizmetleri, hastalıkların ortaya çıkmadan engellenmesini hedefleyerek çevresel koşulların iyileştirilmesini ve bireysel farkındalığın artırılmasını içerir (Ağır ve Tıraş, 2018; Sapancı, 2013: 16). Tedavi edici hizmetler, hastalıkların teşhisi ve tedavisine odaklanırken; rehabilitasyon hizmetleri, bireylerin kaybettikleri yetileri yeniden kazanmalarını amaçlar (Sapancı, 2013: 23; Cantürk, 2012: 19). Sağlığın geliştirilmesi ise bireylerin sağlık düzeyini en üst seviyeye çıkarmaya yönelik önleyici ve bilinçlendirici uygulamaları kapsar (Aydın, 2008: 18; Akbaş, 2014: 6).

Bu bütüncül yaklaşım, bireylerin yalnızca hastalandıklarında değil, yaşam boyu sağlıklı kalmalarını destekleyecek şekilde sağlık hizmetlerinin yapılandırılmasını gerekli kılmaktadır (Yalman, 2013: 15; Erdem, 2007: 67-68).

3. Tıbbi Mümessillik Mesleği ve Halkla İlişkiler ile Halkla İlişkilerde Kullanılan Ortam ve Araçlar

Tıbbi satış mümessilliği, ilaç sektörünün temel taşlarından biri olarak; iletişim becerileri güçlü, ikna kabiliyeti yüksek, problem çözme ve analitik düşünme yeteneklerine sahip bireyler tarafından icra edilen profesyonel bir meslektir (Petek, 2021; Balun, 2021). Tıbbi mümessiller; doktor, eczacı ve ihale komisyonlarına yönelik tanıtım ve satış faaliyetlerini yürütürken yalnızca ürün bilgisi sunmakla kalmaz, aynı zamanda sektörün etik, yasal ve stratejik gerekliliklerine uygun biçimde hareket ederler (Özbucak, 2004; Gümüş, 2014).

Türkiye’de tıbbi satış mümessilliği mesleğin tanımı ve yeterlilik kriterleri, Avrupa Birliği uyum süreci çerçevesinde düzenlenmiş; “Beşerî Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik” ile mümessillere Sağlık Bakanlığı tarafından verilen Ürün Tanıtım Temsilcisi (ÜTT) Yeterlilik Belgesi zorunlu hale getirilmiştir (Düzcü vd., 2017; Resmî Gazete, 2015). Türkiye’de tıbbi satış mümessilliği, yalnızca bilgi aktarımı değil; rekabetçi pazarda firma temsili, bilimsel dayanaklı tanıtım, etik performans ve uzun vadeli ilişkiler gibi işlevleriyle sektörel başarının anahtarı konumundadır (Karaman, 2018; Akduman ve Akyüz, 2022).

Halkla ilişkiler, kurumlarla hedef kitleler arasında güvene dayalı ve stratejik iletişim kurmayı amaçlayan bir disiplin olup; sağlık sektöründe hasta memnuniyetini artırmak, kurumsal itibari yükseltmek ve profesyonel ilişkiler kurmak için kullanılmaktadır (Erbaydar, 2003; Yıldız, 2019). Cumhuriyet döneminde Atatürk reformlarının tanıtımıyla başlayan halkla ilişkiler faaliyetleri, 1961 Anayasası sonrası katılımcı bir boyut kazanarak bireylerin taleplerini karar vericilere aktarabileceği bir diyalog zeminine dönüşmüştür (Erdoğan, 2014; Bıçakçı ve Hürmeriç, 2013). Tıbbi mümessillik mesleğinde halkla ilişkiler; etik sınırlar içinde güven inşa etme, profesyonel etkileşim kurma ve kurumsal imaj yönetme gibi kritik işlevler yürütmektedir (Wright ve Lundstrom, 2004).

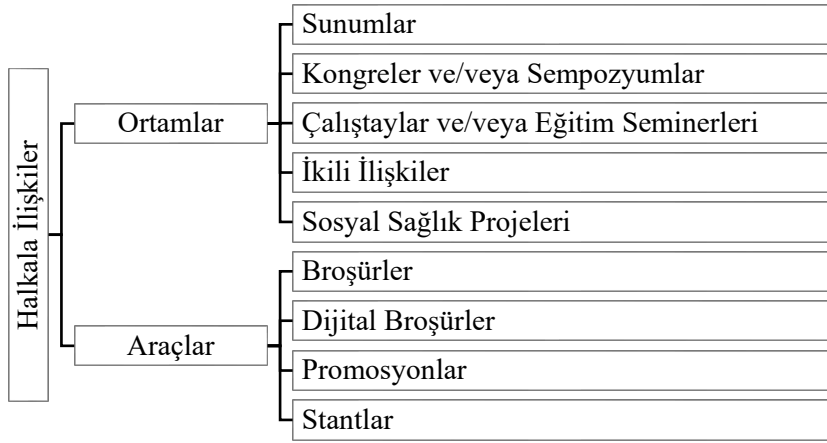
Tıbbi mümessillerin hekimlerle etkili iletişim kurmak için kullandıkları halkla ilişkiler ortamları arasında bilimsel kongreler, sempozyumlar, sunumlar, seminerler ve sosyal projeler yer almaktadır (Tarhan, 2006; Germeyan, 1996). Bu ortamlar, bilimsel bilgi aktarımının yanı sıra güven ve sadakat oluşturulmasına da katkı sağlamaktadır (Orhan vd., 2021).

Broşürler, dijital materyaller, promosyon ürünleri ve kongre stantları gibi halkla ilişkiler araçları, tıbbi mümessillerin mesajlarını etkili şekilde iletmelerinde kullanılan stratejik iletişim araçlarıdır (Masum ve Mehedi, 2018; Gülçubuk, 2007; Korkmaz vd., 2017). Dijital broşürler, veri izleme ve hedefleme açısından önem kazanmakta; promosyon ürünleri ise marka bilinirliğini artırmaya yönelik bir hatırlatma aracı olarak kullanılmaktadır.

4. Yöntem

Bu çalışmada, doktor-tıbbi mümessil etkileşiminde halkla ilişkiler ortam ve araçlarının etkisini anlamak amacıyla nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel yöntem, sosyal bilimlerde olguların kendi bağlamı içinde derinlemesine incelenmesini sağlar ve bu bağlamda tümevarımsal yaklaşım benimsenmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 271). Nitel araştırmalar; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi veri toplama teknikleriyle, bireylerin anlam dünyalarını doğal ortamda keşfetmeyi amaçlar (Glaser, 1978; Şimşek ve Yıldırım, 2018). Creswell'e (2017) göre nitel araştırma, araştırmacının aktif katılımını, çoklu veri kaynaklarının kullanımını, katılımcı perspektifine dayalı verilerin analizini ve esnek bir desenlemeyi içermektedir. Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak, derinlemesine bilgi elde edilmiştir. Uzman görüşüyle şekillendirilen sorular yoluyla yapılan görüşmeler, yalnızca yüzeysel bilgi sunmakla kalmayıp, katılımcıların duygu ve değerlendirmelerini de açığa çıkarmıştır (Geray, 2006; Punch, 2016; Karasar, 2014).

Görsel 1: Ana ve Alt Temalar



Araştırmanın amacı doğrultusunda katılımcılardan elde edilen veriler derinlemesine analiz edilerek halkla ilişkiler ortam ve araçları temaları ekseninde alt temalar oluşturulmuştur. Halkla ilişkiler ortamları teması kapsamında; “Sunumlar”, “Kongreler ve/veya Sempozyumlar”, “Çalıştaylar ve/veya Eğitim Seminerleri”, “İkili İlişkiler” ve “Sosyal Sağlık Projeleri” alt temalarına ilişkin sorulardan elde edilen veriler analiz edilerek bulgular yorumlanmıştır. Aynı şekilde, halkla ilişkiler araçları teması kapsamında ise; “Broşürler”, “Dijital Broşürler”, “Promosyonlar” ve “Stantlar” alt temalarına ilişkin verilerin analiz ve yorumlamalarına yer verilmiştir.

4.1. Kapsam ve Sınırlılıklar

Araştırmanın evreni, Kayseri’deki kamu hastanelerinde Enfeksiyon Hastalıkları ve Klinik Mikrobiyoloji branşında görev yapan 42 doktordan oluşmakta olup, çalışmanın örneklemini bu gruptan gönüllü katılım sağlayan 32 doktor oluşturmuştur. Böylece, örneklem evrenin yaklaşık %76’sına karşılık gelmekte, bu da bulguların güvenilirliğini artırmaktadır. Araştırma, yalnızca doktor perspektifinden hareketle veri toplamış ve diğer sağlık çalışanlarının görüşleri kapsam dışı bırakılmıştır. Coğrafi ve sayısal sınırlılıkların yanı sıra nitel yöntemlere dayalı yapı nedeniyle elde edilen bulguların genellenebilirliği sınırlıdır. Katılımcıların öznel değerlendirmelerine dayanılması da çalışmanın doğal bir sınırlılığıdır. Bununla birlikte, araştırma doktor-tıbbi mümessil ilişkisine dair önemli pratik ve akademik katkılar sunma potansiyeline sahiptir.

4.2. Varsayımlar

Araştırmanın temel varsayımları, doktor-tıbbi mümessil iletişiminin sağlık sektöründeki bilgi akışının ve karar alma süreçlerinin ayrılmaz bir parçası olduğu yönündedir. Doktorların mümessillerden aldıkları güncel bilgiler doğrultusunda mesleki uygulamalarını geliştirme potansiyeline sahip oldukları, çalışmaya

katılan bireylerin ilaç sektörü ve teknolojik gelişmeler hakkında asgari bilgiye sahip oldukları varsayılmıştır. Ayrıca, görüşme formu ve sıralama formu gibi veri toplama araçlarının katılımcılar tarafından doğru ve eksiksiz şekilde yanıtlandığı kabul edilmiştir. Bu varsayımlar, nitel araştırmanın geçerliliğini ve yorumların güvenilirliğini destekleyici bir zemin sunmaktadır.

4.3. Veri Toplama Araçları ve Tekniği

Veri toplama süreci, nitel yöntemin gereklilikleri doğrultusunda üç temel araçla yürütülmüştür: Kişisel Bilgi Formu, Mülakat Soru Formu ve Ortam-Araçların Önem Derecesi Sıralama Formu. Bu araçlar, katılımcıların demografik bilgilerini belirlemek ve halkla ilişkiler uygulamalarına dair derinlemesine görüşlerini anlamaya yöneliktir. Etik kurul onayı alındıktan sonra yürütülen veri toplama süreci, yüz yüze yapılan derinlemesine mülakatlarla gerçekleştirilmiş ve bu görüşmeler sesli olarak kaydedilmiştir. Katılımcı onamı alınarak yürütülen bu süreçte elde edilen veriler transkribe edilerek analiz sürecine dâhil edilmiştir. Böylece araştırma, katılımcı ifadelerine dayalı olarak güvenilir ve detaylı veri üretmeyi başarmıştır.

4.4. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde, betimsel analiz ve içerik analizinin birlikte kullanıldığı bütüncül bir yaklaşım benimsenmiştir. Ses kayıtlarının yazıya aktarılmasının ardından çoklu okuma ve tekrar analizle veriler yapılandırılmış, temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Veriler tümevarımsal yaklaşımla kodlanmış; benzer kodlar gruplandırılarak kategorilere ayrılmış ve halkla ilişkiler stratejileri bağlamında sistematik biçimde yorumlanmıştır. Bu süreçte güvenilirliği sağlamak adına kodlamalar tekrar gözden geçirilmiş ve yorumların iç tutarlılığı desteklenmiştir. Sonuçta, doktor-tıbbi mümessil iletişiminde halkla ilişkiler ortam ve araçlarının algısal ve işlevsel yönleri açık biçimde ortaya konmuştur.

5. Uygulama

5.1. Demografik Özellikler

Araştırma kapsamında Kişisel Bilgi Formu aracılığıyla elde edilen demografik verilere göre katılımcıların %75'i kadın (n=24), %25'i erkek (n=8) olup; yaş dağılımı açısından en yoğun grup %43,75 oranıyla 18–30 yaş aralığındaki bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların mesleki unvanlarına bakıldığında %53,13'ü Asistan Dr. (n=17), %28,13'ü Uzman Dr. (n=9), %3,13'ü Dr. Öğr. Üyesi (n=1), %3,13'ü Doç. Dr. (n=1) ve %12,50'si Prof. Dr. (n=4) unvanına sahiptir. Mesleki kıdem açısından ise %46,88'i (n=15) 1–5 yıl aralığında kıdeme sahiptir. Bu bulgular, araştırma örnekleminin çoğunlukla genç, kadın, erken kariyer aşamasında ve Asistan Dr. unvanına sahip bireylerden oluştuğunu göstermektedir.

Tablo 1: Demografik Özelliklere Göre Dağılım

Değişken	Parametre	N (32)	% (100)
Cinsiyet	Kadın	24	75,00
	Erkek	8	25,00
Yaş	18-30 yaş arası	14	43,75
	31-35 yaş arası	5	15,63
	36-40 yaş arası	5	15,63
	41 yaş ve üstü	8	25,00
Mesleki Unvan	Asistan Dr.	17	53,13
	Uzman Dr.	9	28,13
	Dr. Öğr. Üyesi	1	3,13
	Doç. Dr.	1	3,13
	Prof. Dr.	4	12,50
Mesleki Kıdem (Yıl)	1-5 yıl arası	15	46,88
	6-10 yıl arası	3	9,38
	11-15 yıl arası	6	18,75
	16 yıl ve üstü	8	25,00

5.2. Halka İlişkiler Ortamları

5.2.1. Sunumlar

Tıbbi mümessillerin gerçekleştirdiği sunumlarda etkili bulunan unsurlar üç ana başlıkta toplanmaktadır: içerik, sunum tarzı ve sunum tasarımı. Katılımcıların büyük bölümü sunum içeriğini en belirleyici unsur olarak değerlendirmiş; özellikle sunumun bilimsel temelli, güncel rehberlere dayalı ve klinik pratikte uygulanabilir bilgiler içermesini önemli bulmuştur. İlacın endikasyonları, yan etkileri, etkinliği ve SUT kapsamındaki bilgilerin açık şekilde sunulması, karar verme süreçlerinde etkili görülmüştür. Sunum tarzı ise anlatım biçimi, ses tonu, sadelik ve hedef odaklılık gibi unsurlar açısından değerlendirildiğinde içeriği tamamlayıcı bir faktör olarak öne çıkmıştır. Katılımcılar, sade ve anlaşılır anlatımları daha etkili bulduklarını belirtmiştir. Sunum tasarımı ise göreceli olarak ikincil önemde değerlendirilmiş; görsellerin ilgi çekici ve bilgiyi özetleyici olması akılda kalıcılığı artırsa da içerikten daha az etkili görülmüştür. Görsel-işitsel materyallerin karar verme sürecine etkisi ise katılımcıların öğrenme biçimlerine ve materyalin niteliğine bağlı olarak değişmekte; bazıları bu materyalleri destekleyici bulurken, bazıları bilimsel dayanakların ön planda olması gerektiğini vurgulamıştır.

Sunumlarda tıbbi mümessilin iletişim tarzı ve empati becerilerinin, ürüne yönelik algıyı şekillendirme düzeyi konusunda farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Katılımcıların önemli bir kısmı, mümessilin güven veren, saygılı ve empatik bir iletişim tarzı sergilemesinin ürüne yönelik olumlu bir algı oluşturduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda mümessilin konuya hâkimiyeti ve ürüne olan güveninin doktorun yaklaşımını da etkileyebileceği vurgulanmıştır. Diğer yandan, bazı katılımcılar iletişim tarzının bilimsel bilgiye göre ikincil düzeyde etkili olduğunu ifade etmiş; ilacın klinik etkinliği ve bilimsel geçerliliğinin asıl belirleyici unsur olduğunu dile getirmiştir. Dengeli yaklaşım benimseyen katılımcılar ise iletişim becerilerini destekleyici fakat tek başına yeterli görmemekte; mümessilin bilgi düzeyini ve ürün hâkimiyetini ön plana çıkarmaktadır. Ayrıca, iletişimde dış görünüm, kişisel bakım ve üslup gibi faktörlerin de algı üzerinde dolaylı etkiler yaratabildiği belirtilmiştir.

5.2.2. Kongreler ve/veya Sempozyumlar

Katılımcıların büyük çoğunluğu, ilaç firmalarının düzenlediği veya sponsor olduğu kongre ve sempozyumların, bilgi edinme süreçlerinde yüksek düzeyde etkili olduğunu belirtmiştir. Güncel literatüre erişim, vaka paylaşımları, akademisyen sunumları ve meslektaşlarla deneyim paylaşımı gibi olanakların mesleki gelişimi desteklediği vurgulanmıştır. Kongrelerin sadece bilgi aktarmakla kalmayıp, motivasyon artırıcı bir işlev gördüğü de ifade edilmiştir. Bunun yanında, kongrelerin coğrafi çeşitlilik sağlaması ve farklı sağlık profesyonellerini bir araya getirmesi, katılımcılar tarafından öğrenme sürecini zenginleştiren unsurlar olarak değerlendirilmiştir. Ancak bazı katılımcılar kongrelere hiç katılmadığını belirtmiş, az sayıda katılımcı ise sponsorlu organizasyonlarda bilgi aktarımının tarafsızlığına dair etik kaygılarını dile getirmiştir.

Kongre ve sempozyumlarda tıbbi mümessillerle kurulan birebir etkileşimlerin, sağlık profesyonellerinin ürün farkındalığını artırdığı, bilgi derinliğini geliştirdiği ve kimi zaman tercihleri dolaylı yoldan etkilediği belirlenmiştir. Bazı katılımcılar bu etkileşimlerin ürün seçim sürecinde belirleyici olduğunu ifade ederken, diğerleri esas kararın bilimsel veriler ve endikasyonlara dayandığını, mümessil etkileşiminin destekleyici nitelikte olduğunu vurgulamıştır. İlaç firmalarının kongrelere sağladığı sponsorluk desteği ise çoğunlukla olumlu karşılanmış; bilimsel toplantılara katılımı kolaylaştırdığı ve sektörel gelişime katkı sunduğu dile getirilmiştir. Bununla birlikte, etik kaygılar taşıyan katılımcılar, bu desteklerin tarafsızlık ilkesine zarar vermemesi gerektiğini belirtmiş ve eşit fırsat sunan, şeffaf bir destek sistemine duyulan ihtiyacı vurgulamıştır.

5.2.3. Çalıştaylar ve/veya Eğitim Seminerleri

Çalıştaylar ve eğitim seminerlerinin sağlık profesyonellerinin ürün tanıtımına yönelik değerlendirme süreçlerine önemli katkılar sunduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük bölümü, bu tür etkinliklerin ürünlerin etki mekanizmaları, endikasyonları ve kullanım alanları hakkında ayrıntılı bilgi edinmeye olanak tanıdığını, dolayısıyla daha bilinçli reçete kararları alınmasına katkı sağladığını belirtmiştir. Ayrıca, bu seminerlerin mesleki gelişime, eleştirel düşünme becerilerinin artmasına ve ürünler arası karşılaştırma yapabilme yetisine olumlu etkileri olduğu ifade edilmiştir. Lokal ve küçük ölçekli toplantıların, birebir iletişim ve algıda kalıcılığı artırması bakımından daha etkili bulunduğu; özellikle kariyerinin başında olan katılımcıların farklı ürünleri tanımak açısından bu etkinliklerden büyük fayda sağladığı görülmüştür. Ancak bazı katılımcılar, klinik tecrübenin bilimsel bilgilerden daha belirleyici olduğunu ve eğitimlerin bilim insanları tarafından yürütülmesinin daha etkili olacağını vurgulamıştır.

Tıbbi mümessillerin etkinlik yönetimi becerileri ise mesleki iş birliklerinin kurulmasında kritik bir faktör olarak değerlendirilmiştir. Katılımcılar, özellikle iletişim yeteneği yüksek, deneyimli ve empatik mümessillerin, etkin organizasyonlar aracılığıyla ilaç firması ile sağlık profesyonelleri arasında güven ve aidiyet duygusu geliştirdiğini belirtmiştir. Bireysel davetlerin katılım oranlarını artırdığı, bu tür özel iletişimin etkinliğe olan ilgiyi belirgin biçimde etkilediği ifade edilmiştir. Etkinlik yönetiminin sadece organizasyonel değil, aynı zamanda sürekli iş birliği ve profesyonel ilişki kurma süreçlerinde de etkili olduğu vurgulanmıştır. Etkinliklere katılım sıklığını ise çoğunlukla sponsorluk imkânları, kurum içi hiyerarşi, kişisel sorumluluklar (örneğin bilimsel görevler) ve ailevi nedenler gibi çok boyutlu etkenler şekillendirmektedir. Bu kapsamda, eğitim seminerlerine daha sık katılım sağlanırken; kongre ve sempozyumlara katılım, özellikle son yıllarda sponsor desteklerinin azalması nedeniyle daha sınırlı kalmaktadır.

5.2.4. İkili İlişkiler

Tıbbi mümessillerle birebir ilişkilerde sağlık profesyonelleri tarafından en çok önem verilen unsurlar arasında dürüstlük, bilimsel bilgi aktarımı ve empati öne çıkmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu, yanlış veya eksik bilgi verilmesinin güveni zedelediğini vurgulamış; özellikle ürünün etkisi, endikasyonları ve klinik avantajlarına dair doğru ve güncel bilgi sunulmasının klinik karar süreçlerinde belirleyici olduğunu ifade etmiştir. Empati ise hekimlerin iş yükü ve zaman kısıtları göz önünde bulundurularak iletişimin uygun biçimde yürütülmesini sağlayan, destekleyici bir faktör olarak değerlendirilmiştir. Saygı, samimiyet, mesleki özveri ve iletişim becerileri de ikili ilişkilerde güven ortamını pekiştiren tamamlayıcı unsurlar arasında gösterilmiştir. Öte yandan bazı katılımcılar, bilimsel bilgi aktarımını öncelikli görerek empati gibi unsurların bu sürecin önüne geçmemesi gerektiğini dile getirmiştir.

Tıbbi mümessillerle sürdürülen düzenli ilişkilerin ürün tercihleri üzerinde önemli bir etkisi olduğu ortaya konmuştur. Düzenli ziyaretlerin ürünlerin akılda kalıcılığını artırdığı, bu sayede ürün hatırlanabilirliğinin ve tercih edilme olasılığının yükseldiği belirtilmiştir. Özellikle istikrarlı, profesyonel ve ürüne hâkim mümessillerin temsil ettiği ilaçlara daha fazla güven duyulduğu ve bu durumun reçeteleme davranışlarına yansıdığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte bazı katılımcılar, ürün tercihinde asıl belirleyicinin bilimsel etkinlik ve klinik güvenilirlik olduğunu, mümessille kurulan ilişkinin etkisinin sınırlı ya da dolaylı kaldığını savunmuştur. İlişki yapısı ve bilgi aktarımı arasındaki dengeye ilişkin değerlendirmelerde ise katılımcıların bir kısmı doğru bilginin öncelikli olduğunu vurgularken, diğer bir grup güvene dayalı ilişkinin etkili iletişim ve bilgi paylaşımı için temel oluşturduğunu belirtmiştir. Etkileşimin etik sınırlarını aşmaması gerektiği ve profesyonel zeminde kalmasının önemli olduğu yönünde görüşler de dikkat çekmiştir.

5.2.5. Sosyal Sağlık Projeleri

Katılımcıların büyük çoğunluğu, ilaç firmalarının desteklediği sosyal sağlık projelerini ve farkındalık programlarını sağlık profesyonelleri açısından olumlu bir gelişme olarak değerlendirmektedir. Bu projelerin, sağlık çalışanlarının güncel bilgiye erişimini kolaylaştırdığı, klinik farkındalığı artırdığı ve özellikle bulaşıcı hastalıklar gibi alanlarda toplumsal bilinç oluşumuna katkı sunduğu vurgulanmıştır. Ayrıca bu projelerin halkla doğrudan temas kurmayı kolaylaştırarak, sağlık okuryazarlığını geliştirdiği ve

koruyucu sağlık hizmetlerinin etkisini artırdığı belirtilmiştir. Bununla birlikte, bazı katılımcılar projelere katılımın sınırlı olması ve belirli isimlerle özdeşleşmesi gibi sorunlara dikkat çekmiş, ayrıca projelerin ticari çıkarlar doğrultusunda yürütülme ihtimaline karşı etik kaygılar dile getirmiştir. Bu nedenle projelerin kapsayıcı, şeffaf ve sürdürülebilir yapılarla yürütülmesinin gerekliliği vurgulanmıştır.

Katılımcılar, sosyal sağlık projelerinin halk sağlığına olan katkılarını genel olarak olumlu karşılarken, tıbbi mümessillerin bu projelerdeki rolleri konusunda farklı görüşler ortaya koymuştur. Bazı katılımcılar, mümessillerin bu tür projelere aktif katılımının olumlu bir imaj oluşturduğunu, bu durumun mesleki kararlarını doğrudan ya da dolaylı etkilediğini ifade ederken; diğer katılımcılar ise projelerin faydalı olduğunu kabul etmekle birlikte, mesleki karar süreçlerine etkisinin olmadığını vurgulamıştır. Özellikle empatik, iş birliğine açık ve toplumsal fayda odaklı çalışan mümessillerin ilaç seçiminde pozitif bir algı yarattığı belirtilmiştir. Öte yandan, bazı katılımcılar projelerin halk sağlığına doğrudan katkı sağlaması gerektiğini savunmuş ve ticari motivasyonların ön planda olduğu projelere mesafe koyduklarını ifade etmiştir.

5.3. Halka İlişkiler Araçları

5.3.1. Broşürler

Katılımcı görüşlerine göre, tıbbi mümessiller tarafından sunulan basılı veya dijital broşürlerin bilgi edinme sürecine katkısı içerik kalitesi, tasarım özellikleri ve görsel unsurlar bağlamında çeşitlilik göstermektedir. Broşürlerin özellikle güncel bilgiye hızlı erişim, özet tablolar aracılığıyla pratik fayda sağlama ve görsel hafızayı destekleme gibi yönlerden etkili olduğu belirtilmiştir. Renkli, sade ve dikkat çekici tasarımlar ile içerikte yer alan doz bilgileri, farmakolojik veriler ve rehber değişiklikleri, katılımcıların akılda kalıcılığı yüksek broşürleri tanımlarken vurguladığı temel unsurlar arasında yer almıştır. Öte yandan, bazı katılımcılar broşürleri geçici bilgi kaynakları olarak değerlendirmiş ve uzun vadeli öğrenme üzerinde sınırlı etkisi olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca, çevresel sürdürülebilirlik bağlamında dijital broşürlere geçiş önerilmiştir.

Broşürlerin tıbbi ürün tercihlerine etkisi ise doğrudan ya da dolaylı biçimde değişkenlik göstermektedir. Bazı katılımcılar, özellikle broşürlerin sıklığı ve dikkat çekiciliği ile ürün tercihlerinin olumlu yönde etkilendiğini belirtirken, diğerleri broşürleri yalnızca ticari isimlerin hatırlanmasında yardımcı bir araç olarak değerlendirmiştir. Ürün tercihlerinde daha çok içerik kalitesi, mümessil ile kurulan iletişim ve ilaç güvenilirliği belirleyici faktörler olarak öne çıkmıştır. Broşürlerin sık kullanımı veya yetersiz içerikle sunulması durumunda etkisinin zayıfladığı, dengeli sıklığın ve bilgilendirici içeriğin önemi vurgulanmıştır. Genel olarak broşürlerin, akılda kalıcılığı artıran ve karar süreçlerini dolaylı yoldan etkileyen destekleyici araçlar olarak işlev gördüğü sonucuna ulaşılmıştır.

5.3.2. Dijital Broşürler

Katılımcıların görüşlerine göre, dijital broşürler erişim hızı ve çevresel sürdürülebilirlik açısından önemli avantajlar sunmakta; özellikle dijitalleşmenin yaygınlaştığı günümüz koşullarında pratik bir çözüm olarak değerlendirilmektedir. Katılımcıların bir bölümü dijital broşürlerin güncel bilgiye hızlı ulaşım, cihazlar üzerinden kolay görüntüleme ve doğaya katkı sağlaması gibi nedenlerle tercih edildiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte, dijital broşürlerin anlık etkileşim sağlamakla birlikte uzun vadeli akılda kalıcılık ve dikkat çekicilik açısından sınırlı olduğu; özellikle fiziksel olarak elde tutulamamasının dezavantaj oluşturduğu vurgulanmıştır. Poliklinik koşullarında masada hazır bulunan basılı broşürlerin, pratik kullanım ve bilgiye anında erişim açısından hâlâ daha işlevsel bulunduğu belirtilmiştir.

Dijital broşürlerin olumlu yönlerine rağmen, bazı katılımcılar bu materyalleri etkisiz ya da yetersiz bulmakta; özellikle e-posta yoluyla iletilen içeriklerin göz ardı edildiğini ve etkileşim yaratmadığını ifade etmektedir. Dijital içeriklerin kısa sürede gözden kaybolduğu, reklam algısı oluşturduğu veya doğrudan okunmadan silindiği yönündeki eleştiriler öne çıkmaktadır. Buna karşın, çevreci yönü ve teknolojik

erişilebilirliği sebebiyle dijital broşürlerin tamamen göz ardı edilmemesi gerektiği; basılı materyallerle birlikte hibrit bir yaklaşımın tercih edilmesinin daha etkili olabileceği dile getirilmiştir. Bu çerçevede, dijital broşürlerin sade, öz ve dikkat çekici tasarımlarla sunulması ve basılı materyallerin kalıcılık avantajından yararlanılması gerektiği yönünde bir denge arayışı dikkat çekmektedir.

5.3.3. Promosyonlar

Araştırma bulguları, tıbbi mümessiller tarafından sunulan promosyon ürünlerinin özellikle ticari ismin akılda kalıcılığı ve görsel hatırlatma açısından etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Kalem, ajanda, takvim gibi günlük kullanımda pratik olan promosyonların, sağlık çalışanlarının zihninde ürün ismini canlı tuttuğu; bu yönüyle ürün algısına dolaylı katkı sunduğu belirtilmiştir. Ancak promosyonların doğrudan ürün algısını veya mesleki kararları etkilemediği; daha çok hatırlatıcı bir unsur olarak işlev gördüğü ifade edilmiştir. Promosyonların kişiselleştirilmesi, sunum şeklinin dikkat çekici olması ve promosyonla birlikte aktarılan bilginin niteliği, akılda kalıcılığı artıran unsurlar olarak öne çıkmıştır. Bununla birlikte, bazı katılımcılar promosyonlara olan ilginin zamanla azaldığını ve ürün tercihlerinde promosyonun belirleyici bir rol oynamadığını dile getirmiştir.

Mesleki kararlar ve iletişim süreçleri bağlamında promosyonların etkisi daha sınırlı ve dolaylı bir düzeyde kalmaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı, promosyonların reçeteleme kararlarını doğrudan etkilemediğini; ürünün endikasyon uyumu ve bilimsel yeterliliğinin tercih sürecinde esas belirleyici olduğunu vurgulamıştır. Bununla birlikte, eşdeğer ürünler arasında tercih yapılırken promosyonların sempati oluşturma yoluyla etkili olabileceği ifade edilmiştir. İletişim süreçlerinde ise promosyonların özellikle ilk temaslarda ve sürdürülebilir diyalogların kurulmasında bir kolaylaştırıcı unsur olarak algılandığı; buz kırıcı bir işlev gördüğü belirtilmiştir. Ancak promosyonun bir araçtan ziyade iletişimin amacı hâline gelmemesi gerektiği, profesyonel iletişimde önceliğin bilimsel bilgi ve güvene dayalı etkileşim olduğu yönünde güçlü görüşler de dikkat çekmektedir.

5.3.4. Stantlar

Araştırma bulgularına göre, kongre ve sempozyumlarda kurulan tıbbi mümessil stantları, ilaç ve tedavi seçenekleri hakkında bilgi edinme sürecine katkı sağlayan etkileşim alanları olarak değerlendirilmektedir. Katılımcıların önemli bir kısmı, stantların güncel bilgi sunumu, yüz yüze iletişim ve soru sorma imkânı sağlaması bakımından bilgi edinme açısından değerli olduğunu belirtmiştir. Özellikle yeni ilaçlar ve yenilikçi tedavi seçeneklerine dair tanıtımlar, literatür desteğiyle sunulduğunda bilimsel yeterlilik açısından daha anlamlı bulunmuştur. Ancak bazı katılımcılar, stantların kalabalık ve yoğunluk nedeniyle dikkat çekmediğini, bilimsel içeriğin yetersiz veya ticari yönünün baskın olduğunu ifade etmiş; stantların katkısını daha çok farkındalık yaratma ve hatırlatıcı işlevle sınırlı görmüştür. Ayrıca, bazı görüşlerde stantların sponsorluk ve maddi destek bağlamında kongre yapısının ayrılmaz bir parçası olduğu da dile getirilmiştir.

Stant ziyaretlerinde gerçekleşen birebir iletişim, genel olarak bilgi edinme sürecine olumlu katkı sağlarken, karar verme süreçlerine etkisi katılımcıların değerlendirmelerine göre farklılık göstermektedir. Bir grup katılımcı, birebir iletişimin detaylı bilgi alma, ürün hakkında doğrudan soru sorma ve karar süreçlerini destekleme açısından faydalı olduğunu vurgulamıştır. Özellikle güvenilir ve kaynak gösterilerek yapılan bilgilendirmelerin etkili olduğu belirtilmiştir. Buna karşın, bazı katılımcılar birebir iletişimi sınırlı etkili veya sembolik bulmuş; karar verme sürecinde bilimsel bilgi ve endikasyon uyumunun daha belirleyici olduğunu ifade etmiştir. Ek olarak, birebir iletişimle fiyat, Sağlık Uygulama Tebliği (SUT) bilgisi gibi ticari detaylara ulaşabilmenin stant ziyaretlerinin pratik bir avantajı olduğu, sosyal etkileşim ve yeni iş birlikleri açısından da katkı sağladığı belirtilmiştir.

5.4. Ortam ve Araçların Önem Derecesi Sıralaması

Araştırma kapsamında katılımcıların çeşitli halkla ilişkiler ortam ve araçlarına atfettikleri önem derecelerine ilişkin bulgular, toplam 32 katılımcının 9 farklı seçeneğe, öncelik sırası en fazla olana 9 ile öncelik sırası en az olana 1 arasında puan verdiği sistem üzerinden analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre en yüksek öneme sahip ortamlar sırasıyla kongreler ve/veya sempozyumlar (218 puan) ile çalıştaylar

ve/veya eğitim seminerleri (216 puan) olmuştur. Bu bulgular, yüz yüze etkileşimin, mesleki bilgi paylaşımı ve uygulamalı eğitimin önemsendiğini göstermektedir. Üçüncü sırada yer alan sunumlar (203 puan) da bireysel bilgi aktarımı açısından dikkate değer bulunmuştur. Sosyal sağlık projeleri (169 puan) ve ikili ilişkiler (166 puan) ise saha uygulamaları ve birebir iletişimin orta düzeyde önemsenen alanlar olduğunu ortaya koymaktadır.

Diğer yandan, daha düşük puanlarla sıralanan stantlar (126 puan), promosyonlar (128 puan), dijital broşürler (138 puan) ve broşürler (137 puan), katılımcılar tarafından nispeten daha az önemli bulunmuştur. Bu sonuçlar, geleneksel tanıtım materyallerinin günümüzde daha geri planda kaldığını, ancak hâlen belirli ölçüde işlevselliğe sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle dijital broşürlerin, dijitalleşmenin etkisiyle gelecekte öneminin artabileceği öngörülmekle birlikte, hâlihazırda basılı materyallerle benzer düzeyde değerlendirilmiştir. Genel olarak, sonuçlar sağlık profesyonellerinin bilgi edinme ve iletişim süreçlerinde yüz yüze, etkileşimli ve mesleki gelişimi destekleyici ortamlara daha yüksek önem atfettiğini ortaya koymaktadır.

6. Sonuç

Araştırma sonuçlarına göre, sunumların etkinliğinde temel belirleyici unsurun içerdiği bilimsel, güncel ve pratik bilginin niteliği olduğu; sunum tarzının ise bu bilgilerin aktarımında tamamlayıcı bir rol üstlendiği görülmektedir. Katılımcılar, görsel destekli ancak sade ve anlaşılır sunumları tercih etmekte; özellikle sunumu gerçekleştiren tıbbi mümessilin iletişim becerileri, empati düzeyi ve profesyonel görünümünün ürün algısını doğrudan etkilediğini ifade etmektedir. Tarhan'ın (2006) çalışmasında da belirtildiği üzere, sunum sıklığının ve biçiminin hekim beklentileriyle uyumlu olmasının, tanıtım etkinliğini artırmada önemli bir unsur olduğunu desteklemektedir. Dolayısıyla, etkili bir ürün sunumu yalnızca içeriğin bilimsel yeterliliğine değil, aynı zamanda mümessilin sunum becerilerine, kişisel tutumlarına ve hedef kitleye uygun ziyaret planlamasına bağlıdır.

Bulgular, kongre ve sempozyumların sağlık profesyonelleri açısından bilgi edinme, mesleki gelişim ve sektörel etkileşim açısından önemli birer platform olduğunu ortaya koymaktadır. Bu etkinliklerde sağlanan birebir iletişim fırsatları bilgilendirici olmakla birlikte, ürün tercihlerinde esas belirleyici unsurun bilimsel içerik ve klinik endikasyonlar olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, sponsorluk desteğinin bu toplantıların sürdürülebilirliği açısından önemli olduğu, ancak sürecin etik, şeffaf ve eşitlikçi biçimde yürütülmesinin gerekliliği öne çıkmaktadır. Bu sonuçlar, Vançelik ve arkadaşlarının (2006) çalışmasıyla da örtüşmekte; tanıtım faaliyetlerinin karar süreçlerinde etkili olabilmesi için yalnızca tanıtım araçlarının değil, ürünün bilimsel niteliklerinin de güçlü ve ikna edici olması gerektiğini desteklemektedir.

Sonuçlar, çalıştaylar ve eğitim seminerlerinin tıbbi mümessillerin hekimlerle etkili, bilimsel temelli ve güvene dayalı bir iletişim kurmalarında kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Etkinliklerin bilimsel güncellik taşıması, birebir iletişime olanak sağlaması ve mümessillerin kişisel becerileriyle desteklenmesi, bu ortamları bilgi aktarımı ve mesleki iş birliği açısından değerli kılmaktadır. Katılımcıların beklentileri; yüzeysel bilgi aktarımının ötesine geçen, klinik verilerle desteklenen sunumlar ve danışmanlık odaklı yaklaşımlardır. Bu bulgular, Arıkan ve Benker'in (2011) ile Publicis Touchpoint Solutions tarafından Sermo platformunda gerçekleştirilen araştırmalarda ulaşılan sonuçlarla örtüşmekte; özellikle bilimsel yeterlilik, iletişim esnekliği ve satış baskısından uzak durulması gibi unsurların hekim-mümessil ilişkisini güçlendirdiğini göstermektedir. Dolayısıyla, tıbbi mümessillerin yalnızca tanıtım yapan değil, aynı zamanda güven veren, bilimsel ve profesyonel paydaşlar olarak konumlanmaları mesleki etki ve kabul düzeylerini artırmaktadır.

Tıbbi mümessillerle kurulan ikili ilişkilerin etik, güven temelli ve bilimsel bilgi aktarımına dayalı yapısının hekimlerin reçeteleme kararları üzerinde anlamlı bir etki oluşturduğu görülmüştür. Dürüstlük, empati, saygı ve güncel bilimsel içerik sunumu gibi unsurlar, bu ilişkinin sürdürülebilirliği açısından belirleyici faktörlerdir. Antalyalı ve ark. (2012) ile Sezgin'in (2017) çalışmaları, mümessilin iletişim tarzı ve kişisel tutumlarının karar sürecinde önemli rol oynadığını desteklemekte; Le Thu (2012) ve Othman ve ark. (2015)

ise hem kalite ve güvenilirlik hem de fiyatlandırma ve kişisel temasın reçete tercihlerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, kişisel etkileşime dayalı, etik ilkelere uygun ve bilimsel temelli iletişimin yalnızca ürün farkındalığını artırmakla kalmayıp, kurumsal imaj ve hasta güvenliği açısından da kritik bir rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma bulguları, ilaç firmalarının desteklediği sosyal sağlık projelerinin katılımcılar tarafından kamu yararına yönelik olumlu girişimler olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Ancak bu projelerin etkili ve güvenilir bulunabilmesi için şeffaflık, kapsayıcılık ve bilimsel temellere dayanma gerekliliği vurgulanmıştır. Katılımcılar, sosyal sağlık projelerinin halk sağlığını destekleme potansiyelini takdir etmekle birlikte, bu projelerin tıbbi mümessiller aracılığıyla mesleki karar süreçlerine etkisinin bireysel deneyim ve tutumlara göre değişkenlik gösterdiğini belirtmiştir. Bu durum, söz konusu projelerin yalnızca toplum sağlığına değil, aynı zamanda sağlık profesyonelleriyle kurulan iletişim süreçlerine yönelik stratejik planlamalar gerektirdiğini göstermektedir.

Broşürlerin etkili bir halkla ilişkiler aracı olabilmesi için tasarım, görsellik ve içerik unsurlarının bütüncül bir yaklaşımla kurgulanması gerektiği ortaya konulmuştur. Broşürlerin akılda kalıcılığını ve etkileşimini artırmak adına sade, özgün ve dikkat çekici görsel öğelerle desteklenmiş, güncel ve bilimsel temelli içerik sunması önem arz etmektedir. Ayrıca, sürdürülebilirlik ilkelerine uygun biçimde hazırlanmış, içerik ve sunum sıklığı açısından dengeli broşürlerin, yalnızca basılı materyallerle sınırlı kalmayıp dijital kaynaklar ve düzenli mümessil ziyaretleriyle desteklenmesi, bilgi aktarım sürecinin etkinliğini artıran tamamlayıcı unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

Dijital broşürlerin yalnızca hızlı erişim sağlamalarının yeterli olmadığını; dikkat çekici, anlaşılır ve kullanıcı dostu içeriklerle desteklenmeleri gerektiği tespit edilmiştir. Dijital materyallerin etkileşimli ve yenilikçi çözümlerle güçlendirilmesi, bilgi aktarım süreçlerinin verimliliğini artıran temel bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Korkmaz ve ark. (2017) çalışmasında da hekimlerin dijital tanıtım uygulamalarını bilgilendirici ve verimli buldukları, özellikle yüz yüze iletişimi tercih etmeyen hekimlerin bu uygulamalara daha olumlu yaklaştıkları belirtilmiştir. Benzer şekilde, Martin (2012), Andreani ve ark. (2014) ile Banerjee ve Dash (2011) tarafından yürütülen araştırmalar, dijital tanıtım araçlarının hekimler tarafından genel olarak olumlu karşılandığını ve bu araçların sektörel tanıtım süreçlerinde hızla yaygınlaştığını göstermektedir. Tüm bu bulgular, dijital broşürlerin etkinliğini artırmak adına içerik kalitesi, teknik altyapı ve iletişim stratejisinin bütüncül şekilde planlanmasının gerekliliğini güçlü biçimde desteklemektedir.

Promosyon ürünlerinin hekimlerin tıbbi ürün tercihlerinde doğrudan belirleyici bir rol oynamadığı; ancak ticari isimlerin akılda kalıcılığı ve hekim-mümessil etkileşiminde kolaylaştırıcı bir unsur olarak dolaylı etkiler sunduğu görülmüştür. Özellikle eşdeğer ürünler arasında karar verilirken promosyonlar ikincil bir etken olarak öne çıkmakta, ancak temel belirleyici unsurun ürünün bilimsel yeterliliği, güvenilirliği ve endikasyon uyumu olduğu vurgulanmaktadır. Bu durum, Antalyalı ve ark. (2012) ile Budak'ın (2019) çalışmalarında da desteklenmektedir. Antalyalı ve arkadaşları, promosyonların reçeteleme kararlarındaki etkisinin sınırlı olduğunu belirtirken; Budak, promosyon temsilcisinin uzmanlığının ve hekimle kurduğu ilişkinin memnuniyet üzerinde anlamlı etkileri olduğunu ancak firma güveninin şirket bağlılığı açısından daha güçlü bir belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Sonuç olarak, promosyonların etkili bir halkla ilişkiler aracı olabilmesi için işlevsel, kişiselleştirilebilir ve profesyonelce sunulmuş olması gerekirken; karar verme süreçlerinde asıl belirleyicinin bilimsel içerik ve güven unsuruna dayalı iletişim olduğu teyit edilmiştir.

Stantların özellikle yeni ürünlerin tanıtımı ve yüz yüze iletişim açısından bilgi edinme süreçlerine katkı sunduğu; ancak bu katkının bilimsel yeterlilik, içerik kalitesi ve mümessilin iletişim becerilerine bağlı olarak değişkenlik gösterdiği tespit edilmiştir. Stantlarda gerçekleştirilen birebir görüşmeler, bilgi aktarımını destekleyen bir unsur olmakla birlikte, karar verme süreçlerindeki etkisi sınırlı kalmaktadır. Bu durum, Tosun ve Arslan Kurtuluş'un (2017) bulgularıyla örtüşmekte; onlar da tanıtım stratejileri ile reçeteleme sıklığı arasında zayıf bir ilişki tespit etmiş ve ürünün bilimsel yeterliliğini ön plana çıkarmışlardır. Ayrıca Yağar ve Dökme'nin (2017) araştırması, ilaç tercihlerinin çok boyutlu faktörlere bağlı olduğunu ve tanıtım stratejilerinin ancak ürünün kalitesi, fiyatı ve hastaya uygunluğu gibi temel

unsurlarla desteklenmesi durumunda etkili olabileceğini göstermiştir. Bu doğrultuda, stantların bilgi aktarımında daha etkili olabilmesi için güçlü bilimsel içerik, dikkat çekici sunumlar ve güvenilir iletişim stratejileriyle desteklenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Araştırmada “Ortam ve Araçların Önem Derecesi Sıralaması Formu” aracılığıyla elde edilen bulgular, katılımcıların halkla ilişkiler sürecinde en yüksek önemi yüz yüze etkileşim ve mesleki paylaşımı mümkün kılan ortam ve araçlara verdiklerini ortaya koymuştur. Kongreler ve/veya sempozyumlar ile çalıştaylar ve/veya eğitim seminerleri en yüksek puanları alarak öncelikli tercih edilen etkileşim ortamları olarak öne çıkarken, sunumlar da bireysel bilgi aktarımı açısından önemli bir konumda değerlendirilmiştir. Sosyal sağlık projeleri ve ikili ilişkiler orta düzeyde önem atfedilen alanlar olurken, dijital ve basılı broşürler benzer biçimde değerlendirilen geleneksel araçlar olarak yer almıştır. En düşük puanlar ise promosyonlar ve stantlara verilmiştir. Genel olarak katılımcılar, doğrudan iletişim, bilimsel içerik ve aktif katılım imkânı sunan yöntemleri daha etkili ve öncelikli bulmakta; bilgi aktarımı ve mesleki karar süreçlerinde bu tür ortam ve araçlara daha fazla önem atfetmektedir.

Kaynakça

- Agopyan, T. (2016). Sağlık Hizmetlerinde İletişimin Önemi: Ampirik Bir Çalışma. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ağır, H., & Tıraş, H. H. (2018). Türkiye’de Sağlık Harcama Türlerinin Değerlendirilmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 643-670.
- Akbaş, E. (2014). Sağlık Hizmetlerinde Hasta Memnuniyeti ve Hasta Memnuniyetini Etkileyen Faktörler (Manisa Merkezefendi Devlet Hastanesi Örneği). İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme.
- Akbelen, M. M. (2007). Sağlık Hizmetlerinde Özelleştirme ve Isparta İli Üzerine Bir Araştırma. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akduman, H. ve Akyüz, N. (2022). *Çantadan Zirveye Tıbbi Mümessil Nedir? Nasıl Olunur? Başarıya Giden Yol*. E-kitap: tibbimumessil.com
- Altınbaşak, İ., & Karaca, E. S. (2009). İnternet Reklamcılığı ve İnternet Reklamı Ölçümlemesi Üzerine Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 9(2), 463-487.
- Andreani, J.C., Rokka, J., Moulins, J. L. and Conchon, F. (2014). *Digital Marketing Effect and Synergy in IMC-Insights from the Pharmaceutical Industry*. Mayıs 10, 2025 tarihinde <http://www.marketing-trends-congress.com/archives/2014/pages/PDF/175.pdf> adresinden alındı.
- Antalyalı, Ö. L., Gürbüz, H., & Kaya, E. (2012). İlaç Mümessillerinin Pazarlama Tekniklerinin Doktor Reçetelerine Etkisi. 6. *Sağlık ve Hastane idaresi Kongresi*. 13-15 Eylül 2012, Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Arıkan, Y., & Benker, T. (2011). *Doktorlar İnterneti ve Sosyal Medyayı Ne Kadar Kullanıyor*. Mayıs 10, 2025 tarihinde www.medimagazin.net/eczaci/tr-doktorlar-interneti-ve-sosyalmedyayi-ne-kadar-kullaniyor-4-681-39581.html adresinden alındı.
- Aydın, S. (2008, 13-14 Kasım). Sağlık Bakanlığı Sağlığın Geliştirilmesi Yaklaşımı ve Sağlık Hizmet Sistemi Reformundaki Yeri. İçinde Sağlık Bakanlığı, *Kronik Hastalıklar Risk Faktörleri Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesi Sempozyumu* (ss. 17-24). Ankara.
- Baltaş, Z. & Baltaş, A. (2003). *Bedenin Dili* (33. Basım b.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Balun, B. (2021). COVID-19 Pandemisinde İş Güvencesizliği Algısı: Tıbbi Mümessiller Üzerinde Bir Araştırma. Bandırma: Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Banerjee, S., & Dash, S. K. (2011). Effectiveness of E-Detailing as An Innovative Pharmaceutical Marketing Tool in Emerging Economies: Views of Health Care Professionals of India. *Journal of Medical Marketing*, 11(3), 204-214.
- Bıçakçı A.B. ve Hürmeriç, P. (2013). Milestones in Turkish Public Relations History. *Public Relations Review*, 39(2), 91-100.
- Boylubay, Ö. (2017). Sağlık Hizmetlerinin Yönetiminde ve Hasta Bakımında Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Budak, O. (2019). Satış Temsilcisinden Memnuniyetin Müşteri Bağlılığına Etkisi: İlaç Sektöründe Hekim-Tıbbi Tanıtım Temsilcisi İlişkisi Temelinde Bir Uygulama. İstanbul: Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Cantürk, Ö. (2012). Sağlık Sektöründe Hizmet Konumlandırması: Ankara İlinde Kamu Hastanesi Uygulama Örneği. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma Deseni Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları* (3. Basım b.). Eğiten Kitap.
- Crowley, D., & Heyer, P. (2014). *İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum* (3. Basım b.). (B. Ersöz, Çev.). Ankara: Siyasal Yayın Dağıtım.
- Düzcü, T., Akyol, M., & Sancar, O. (2017). Ürün Tanıtım Temsilcilerinin Yeterlilik Eğitimindeki Başarı Düzeylerinin Demografik Özellikleriyle Karşılaştırılması. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20(2), 247-257.
- Erbaydar, T. (2003). Halk Sağlığı Açısından Sağlık İletişimi. *CÜ Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(4), 45-51.
- Erdem, Ş. (2007). Sağlık Hizmetleri Pazarlaması: Hastaların Sunulan Hizmetlerin Kalitesini Algılamaları Üzerine Bir Uygulama. Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, İ. (2014). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*. Ankara: Erk Yayınları.
- Geray, H. (2006). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Germeyan, H. (1996). *Ürün Yönetimi*. İstanbul: Yüce Yayınları.
- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical Sensitivity: Advances in The Methodology of Grounded Theory*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Gönenç, E. Ö. (2007). İletişimin Tarihsel Süreci. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (28), 87-102.
- Gülçubuk, A. (2007). Tüketicilere Yönelik Satış Geliştirmenin Artan Önemi, Uygulanabilirliği ve İzlenecek Stratejilerin İşletmeler Açısından Değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*, 7(1), 57-77.
- Güngör, N. (2011). *İletişime Giriş* (1. Basım b.). Ankara: Siyasal Kitabevi
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe-Yöntem-Analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Karadoğan Doruk, E. (2022). İletişim Türleri. İçinde E. Karadoğan Doruk, *İletişim Bilimi* (ss. 22-47). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Karaman, A. (2018). Ürün Bilinirliği ve Tercihini Belirlemede Ürün Uzmanlarının Rolü: Nitel Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, www.isarder.org, DOI: 10.20491/isarder.2018.449
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (27. Basım b.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kavuncubaşı, Ş., & Yıldırım, S. (2022). *Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi* (6. Basım b.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kaya, E. (2014). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, M. (2014). Sağlık Kurumlarında İletişim: Hasta-Sağlık Personeli İletişimi. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kızılnal, P. (2017). Birinci Basamak Sağlık Hizmetlerinin Sunumunda Aile Hekimlerinin İletişim Beceri Düzeylerinin Hekimlerin Tercih Edilebilirliği Üzerindeki Etkisi: Kağıthane İlçesinde Bir Uygulama. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koçel, T. (2023). *İşletme Yöneticiliği* (19. Basım b.). Ankara: Beta Basım Yayım.
- Korkmaz, S., Uslu, D., & Akdemir, F. (2017). Sağlık Sektöründe Elektronik Detaylandırma Labirentinde Gezinmeler: Ankara İlinde Hekimlere Yönelik Bir Araştırma. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 4(1), 39-45.
- Le Thu, H. (2012). *Exploring Medical Representatives Strategies to Influence Doctor's Prescribing Decisions in Vietnam*. Mayıs 10, 2025 tarihinde http://www.phmed.umu.se/digitalAssets/104/104566_huyen-le-thu.pdf adresinden alındı.
- Martin, M. (2012). *E-detailing: Using Digital Technology in Sales Detailing*. Digital Pharma Seminar. Mayıs 10, 2025 tarihinde www.princetonondigital.com.au/seminar adresinden alındı.
- Masum, H., & Mehedi, M. D. (2018). Pharmaceutical Marketing Practices of Digital Brochure in Bangladesh. *Project Report*. United International University
- Odabaşı Y. ve Oyman, M. (2002). *Pazarlama İletişimi Yönetimi* (16. Basım b.), İstanbul: MediaCat.
- Orhan, S., Çelik, K., & Gümüş, M. (2021). İlaç Tanıtım Sektöründe Faaliyet Gösteren Tıbbi Müessillerin İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulama Algılarının İncelenmesi. *International Journal on Social Sciences*, 6(4), 29-45.
- Othman, N., Vitry, A. I., Roughead, E. E., Ismail, S. B., & Omar, K. (2015). Doctors' Views on The Quality of Claims Provided by Pharmaceutical Representatives: A Comparative Study in Malaysia and Australia. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 10(4), 471-480.
- Özbucak, B. (2004). İlaç Müessillerinin Çalışma Koşulları (Sivas örneği). Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Petek, F. F. (2021). Türkiye’de İlaç Firması Çalışanlarının İş Tecrübeleri, Algıları ve Nitelikli Emeğin Değersizleşmesi Karşısındaki Stratejileri. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Punch, K. F. (2016). *Sosyal Araştırmalara Giriş Nicel ve Nitel Yaklaşımlar* (Z. Etöz, Ed.; D. Bayrak, H. B. Arslan, & Z. Akyüz, Çev.; 4. Basım b). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Resmî Gazete. (2015). *Beşerî Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik*. Sağlık Bakanlığı, Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu. Ankara.
- Saçkan, K. G. (2016). Sağlık Hizmetlerinde İletişim ve Denizli Devlet Hastanesi Hekimleri Örneği. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sapancı, F. (2013). Sağlık Hizmetlerinde Engellilik Kavramı ve Engellilerin Sağlık Hizmetlerinden Yararlanmaları. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saragih, E. I. R., Simanjorang, E. F. S., & Zebua, Y. (2023). The Influence of Interpersonal Skills, Salesmanship Skills, and Work Environment on Medical Representative Performance. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 431-439.
- Sermo Survey. (2012). What Physicians Want! Results of A Sermo Physician Survey. *Publicis Touchpoint Solutions*. Mayıs 10, 2025 tarihinde http://www.publicishealthcare.com/Libraries/News_Documents/2012_What_Physicians_Want_Survey.sflb.ashx adresinden alındı.
- Sezgin, S. (2013). İlaç Sektöründe Kişisel Satış ve Tıbbi Müessiller. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Sezgin, S. (2017). Tıbbi Mümessillerin Mesleki Algıları Üzerine Bir Araştırma: Muğla İli Örneği. 4. *Ulusal Meslek Yüksekokulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi (MESTEK)*, 1041-1062.
- Şemin, S. (1998). *Sosyal ve Ekonomik Yönleri ile İlaç*. Ankara: Türk Tabipler Birliği.
- Şimşek, H., & Yıldırım, A. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Tarhan, Ö. (2006). Yerli ve Yabancı İlaç Firmalarında Çalışan Tıbbi Mümessillerin Hekimler Tarafından Değerlendirilmesi (Bir Pilot Araştırma). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Tosun, N. ve Arslan Kurtuluş, S. (2017). Hekimlerin Reçeteleme Kararında İlaç Mümessillerinin Rolü: Pilot Çalışma. *Journal of International Social Research*, 10(54), 1-7.
- Vançelik, S., Çalıkoğlu, O., Güraksın, A. ve Beyhun, E. (2006). Pratisyen Hekimlerin Reçete Yazımını Şekillendiren Faktörler ve Akılcı İlaç Kullanım Kriterlerini Önemseme Durumları. *Hacettepe University Journal of the Faculty of Pharmacy*, (2), 65-76.
- Wright, R. F., & Lundstrom, W. J. (2004). Physicians' Perceptions of Pharmaceutical Sales Representatives: A model for Analysing the Customer Relationship. *Journal of medical marketing*, 4(1), 29-38.
- Yağar, F., & Dökme, S. (2017). Evaluation of Factors Affecting Drug Choice of Physicians. *International Journal of Health Management and Tourism*, 2(1), 62-19.
- Yalman, F. (2013). Aile Hekimliği Sisteminin Hekimlerin Sunmuş Olduğu Hizmetlerin Kalitesine Etkisi: Düzce Örneği. Düzce: Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız, E. (2019). Sağlığa İlişkin Risklerin Önlenmesi Bağlamında Sağlık İletişimi Kampanyalarının ve Yeni Medyanın Rolü. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



Tasavvufî Tecrübeye Empati Anlayışı ve Carl Rogers'ın Terapötik Empati Modeli: Mevlânâ, Şems-i Tebrizî ve Yunus Emre Örneği

Empathy in Sufi Experience and Carl Rogers' Therapeutic Empathy Model: The Cases of Mevlânâ, Shams-i Tabrizi, and Yunus Emre

Abdullah Türkmen,^a

^a Bakü Devlet Üniversitesi, Bakü, Azerbaycan.
fatsaturkmen@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8740-2106

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 28.04.2025

Düzeltilme tarihi: 29.05.2025

Kabul tarihi: 21.06.2025

Anahtar Kelimeler:

Empati,

Halden Anlama,

Tasavvuf,

Terapötik İlişki,

Manevi Dönüşüm.

ÖZ

Bu çalışma, Carl Rogers'ın birey merkezli terapötik empati modeli ile Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî, Şems-i Tebrizî ve Yunus Emre'nin eserlerinde temsil edilen tasavvufî halden anlama anlayışını fenomenolojik bir yaklaşımla karşılaştırmalı olarak incelemektedir. Araştırmanın amacı, modern psikolojide yapılandırılmış empati kavramı ile tasavvufî tecrübeye sezgi, ilahî aşk ve manevî sorumluluk ekseninde şekillenen empatik bilincin benzerlik ve farklılıklarını analiz etmektir. Çalışmada nitel araştırma deseni benimsenmiş; veri toplama aracı olarak doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Temel veri kaynaklarını Mesnevî, Dîvân, Risâletü'n-Nushiyye ve Makalât adlı klasik eserler oluşturmaktadır. Veriler; tematik analiz, kavramsal çözümleme ve anlatı analizi teknikleriyle değerlendirilmiştir; empati süreçleri bilişsel, duygusal ve sezgisel boyutlarda kodlanarak Rogers'ın modeliyle karşılaştırılmıştır. Bulgular, hem Rogers'ın empati modelinin hem de tasavvufî empati anlayışının bireyin içsel dönüşümünde, öz-farkındalık ve sahici ilişkiler geliştirmede merkezi rol oynadığını göstermektedir. Rogers, empatiyi yalnızca psikolojik iyileşme ve öz-gerçekleştirme aracı olarak değil, aynı zamanda danışmanın terapi süresince sahip olması gereken temel bir nitelik olarak ele alır. Freud'un yapısalcı modeline alternatif olarak geliştirdiği yaklaşımda, danışan-danışman ilişkisini bu kavram etrafında yapılandırmıştır. Öte yandan, tasavvufî yaklaşım, empatiyi aşkın bir varoluş bilincine ulaşmanın zorunlu aşaması olarak konumlandırmaktadır. Ayrıca tasavvufî empati anlayışının mindfulness temelli terapiler, şefkat odaklı psikoterapi ve varoluşçu terapiler gibi modern yaklaşımlarla bütünleştirilebileceği görülmüştür. Sonuç olarak bu çalışma, psikoloji ile tasavvuf arasında empati kavramı ekseninde yeni bir düşünsel köprü kurmayı hedeflemekte; bireysel manevî gelişim ile toplumsal etik duyarlılığı birleştiren teorik, uygulamalı ve öneri temelli bir katkı sunmaktadır.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 28.04.2025

Received in revised form: 29.05.2025

Accepted: 21.06.2025

Keywords:

Empathy,

Understanding Others' State,

Sufism.

Therapeutic Relationship,

Spiritual Transformation

ABSTRACT

This study comparatively examines Carl Rogers' person-centered therapeutic empathy model and the concept of halden anlama ("understanding others' states") as reflected in the works of Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî, Shams-i Tabrizî, and Yunus Emre through a phenomenological approach. The aim is to analyze the similarities and differences between the structured notion of empathy in modern psychology and the spiritually-centered empathic consciousness shaped by intuition, divine love, and moral responsibility in Sufi experience. A qualitative research design was adopted, and document analysis was used as the main method. The primary data sources include the classical Sufi texts: Masnavî, Dîwân, Risâlat al-Nushiyya, and Maqâlât. Data were analyzed through thematic, conceptual, and narrative analysis techniques; the cognitive, emotional, and intuitive dimensions of empathy were coded and compared with Rogers' model. Findings indicate that empathy plays a central role in both Rogers' model and the Sufi understanding in fostering inner transformation, self-awareness, and authentic relational bonds. Rogers conceptualizes empathy not only as a tool for psychological healing and self-actualization but also as a fundamental quality that the therapist must possess throughout the therapeutic process. In contrast to Freud's structural model, Rogers framed the therapeutic relationship around this empathic engagement. Meanwhile, the Sufi tradition sees empathy as an essential stage in attaining transcendent spiritual consciousness. Furthermore, the Sufi notion of empathy appears compatible with modern approaches such as mindfulness-based therapies, compassion-focused psychotherapy, and existential therapy. Ultimately, this study aims to establish an interdisciplinary bridge between psychology and Sufism through the concept of empathy, offering

* DOI: 10.46442/intjcss.1685333

** Sorumlu yazar: Abdullah Türkmen, fatsaturkmen@gmail.com

both theoretical insight and practical contributions by linking individual spiritual growth with collective ethical awareness and applied recommendations.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Türkmen, A. (2025). Tasavvufî Tecrübede Empati Anlayışı ve Carl Rogers'ın Terapötik Empati Modeli: Mevlânâ, Şems-i Tebrîzî ve Yunus Emre Örneği. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 11 (1), s. 89-113.

1. Giriş

Empati, bireyin hem bireysel hem de toplumsal düzeyde anlam oluşturmaya aracılık eden çok boyutlu bir süreçtir. Modern psikoloji literatüründe Carl Rogers'ın birey merkezli terapi modeliyle sistematik olarak tanımlanan empati, danışanın duygusal dünyasını koşulsuz bir kabul ve derin bir anlayışla kavrayarak terapötik değişimi mümkün kılan bir araç olarak öne çıkmaktadır (Rogers, 1959, s. 189; Elliott et al., 2011, s. 44). Bu yaklaşımda empati, yalnızca duygusal bir tepki değil, aynı zamanda bireyin varoluşsal ve bilişsel yapısının anlamlandırılması süreci olarak değerlendirilir. Empati kavramı yalnızca psikoloji disipliniyle sınırlı kalmayıp, felsefi, sosyolojik ve dini düşünce sistemlerinde de önemli bir kavramsal ağırlığa sahiptir. Felsefi açıdan, Heidegger (1927), bireyin dünyada varoluşunun, diğer varlıklarla kurduğu ontolojik ilişkinin bir yansıması olduğunu ifade ederken; Levinas (1969), “öteki”nin yüzü karşısında duyulan etik sorumluluğu empatinin temel bir boyutu olarak konumlandırmıştır. Son yıllarda özellikle sosyal nörobilim alanındaki araştırmalar, empatinin yalnızca bir bilişsel fenomen olmadığını, aynı zamanda nörobiyolojik temellere dayandığını göstermiştir. Bu çalışmalar, ayna nöron sistemleri, anterior singulat korteks ve insula bölgeleri gibi beyin yapılarının empatik deneyimlerde önemli rol oynadığını ortaya koyarak, empatinin biyolojik ve duygusal katmanlarını bilimsel olarak doğrulamışlardır (Gallese, 2020, s. 261; Singer & Lamm, 2021, s. 85). Öte yandan, klasik İslami düşüncede ve özellikle tasavvuf geleneğinde, bireyin kendi varlığını aşarak başkalarının acılarına ve sevinçlerine duyarlılık geliştirmesi, manevi tekâmülün asli bir unsuru olarak görülmüştür (Schimmel, 1975, s. 112; Chittick, 2001, s. 24; Kılıç, 2023, s. 57). Ancak burada önemli bir kuramsal ayrım yapılmalıdır: “Empati” terimi Tasavvuf literatüründe doğrudan geçmemekte; bunun yerine “halden anlama”, “muhabbet” (ilahi aşk) ve “merhamet” (rahmet) gibi kavramlar üzerinden benzer deneyimler ifade edilmektedir (Tebrîzî, 2023, s. 53; Emre, 2024, s. 41).

Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî, *Mesnevî*'sinde insanın başkalarının hallerine nüfuz ederek, onların sevinç ve kederlerini kendi kalbinde hissetmesinin ilahi aşka ulaşmada temel bir adım olduğunu vurgular:

“Sen başkasının acısına bak ki, kendi yaralarının merhemini bulasın.” (*Mesnevî*, c.2, b.1123)

Şems-i Tebrîzî, *Makalat*'ında insanın başkasının iç dünyasına sezgi ve aşk yoluyla ulaşması gerektiğini, yalnızca sözlü anlatımın değil, ruhsal rezonansın da gerekli olduğunu ifade eder (Tebrîzî, 2023, s. 53). Yunus Emre ise insan sevgisinin ve merhametin ilahi hakikate ulaşmadaki en güçlü vasıta olduğunu söyler:

“Yaratılanı hoş gör, Yaratan'dan ötürü.” (*Yunus Emre*, 2024, b. 178)

Bu bağlamda, tasavvuf tecrübesinde “empati” kavramı birebir terminolojik olarak bulunmasa da bireyin içsel dönüşüm yolculuğunda başkalarıyla ruhsal bir bağ kurması ve bu bağı ilahi aşk ve merhametle güçlendirmesi, modern anlamda empatik bir tecrübenin ruhunu taşımaktadır (Sells, 1996; Aydemir, 2024, s. 73).Günümüz psikoterapi yaklaşımlarında da manevi öğretilerin rolü giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Özellikle mindfulness temelli terapiler ve varoluşçu psikoterapi yaklaşımları, bireyin kendisiyle ve ötekiyle daha derin bir ilişki kurmasına olanak tanıyarak, empatik süreçleri güçlendirmeyi amaçlamaktadır (Brown et al., 2023, s. 214; Siegel, 2024, s. 208). Bu eğilim, tasavvuf düşüncesinin modern psikoterapi yaklaşımlarına entegrasyonu için de yeni ufuklar açmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Carl Rogers’ın terapötik empati modelini ve Mevlânâ, Şems-i Tebrizi ile Yunus Emre’nin eserlerinde temsil edilen tasavvufî “halden anlama” anlayışını karşılaştırmalı bir yöntemle analiz etmektir. Çalışmada temel alınan sorular şunlardır:

- Carl Rogers’ın terapötik empati modeli ile tasavvufî tecrübede “halden anlama” anlayışı arasında hangi temel benzerlikler ve ayrışmalar bulunmaktadır?
- Bu süreçler bireyin psikoterapötik ve manevî gelişiminde nasıl bir rol oynamaktadır?
- Tasavvufî ilkeler modern psikoterapi yöntemlerine nasıl entegre edilebilir?

Araştırmanın temel hipotezi, empati ve halden anlama süreçlerinin hem bireysel dönüşüm hem de başkalarıyla kurulan ilişkiler açısından tamamlayıcı işlevler sunduğudur. Böylelikle bu çalışma, psikoloji, tasavvuf ve felsefe ekseninde empati kavramını disiplinler arası bir tartışma zemini üzerinde yeniden düşünmeyi amaçlamaktadır.

Modern Psikolojide Empati: Carl Rogers’ın Kuramsal Modeli

Empati, modern psikolojinin temel yapıtaşlarından biri olarak bireyin kendilik algısı, sosyal ilişkiler ve psikolojik iyilik hali üzerindeki etkileri bakımından geniş bir araştırma alanı oluşturmuştur. Özellikle psikoterapi uygulamalarında empati, yalnızca bir destekleyici unsur değil, aynı zamanda değişimi mümkün kılan temel dinamiklerden biri olarak kabul edilmektedir (Decety & Jackson, 2023; Zaki, 2022, s. 143). Modern psikolojide empati, başkalarının duygularını bilişsel olarak anlamamanın ötesinde, bu duygulara duygusal bir derinlikle eşlik edebilme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım, empatiyi yalnızca bir zihinsel kavrayış değil, aynı zamanda ruhsal bir iştirak süreci olarak ele almaktadır. Özellikle Carl Rogers’ın birey merkezli terapi yaklaşımı, empati kavramını sistematik bir teorik model haline getirmiştir. Rogers’ın modeli, bireyin içsel yaşantısına koşulsuz bir anlayışla yaklaşmayı, danışanın kendi yaşantısını anlamlandırmasına ve dönüştürmesine olanak tanıyan bir ortam yaratmayı amaçlamaktadır (Rogers, 1957, s. 97; Rogers, 1959, s. 189).

Carl Rogers’ın Empati Kuramı

Carl Rogers, empatiyi bireyin kendisini, karşısındaki kişinin fenomenolojik evrenine derin bir sezgi ve anlayışla yerleştirerek, onun deneyimlerini kendi perspektifi içinde doğru bir biçimde kavrayıp bunu hassasiyetle ifade etme süreci olarak tanımlar. Bu yaklaşım, yalnızca bir duygudaşlık geliştirme değil, aynı zamanda başkalarının yaşantılarını içselleştirerek onları varoluşsal düzeyde anlama sorumluluğunu da içerir (Rogers, 1957, s. 97).

Rogers, *Kişi Olmaya Dair* adlı eserinde empatiyi şu şekilde açıklar:

Empati, bir kişinin, diğerinin içsel referans çerçevesini, sanki o kişiymiş gibi ama bu sanki durumunun farkında olarak anlamasıdır. Yani, karşısındakinin ne hissettiğini anlamaya çalışırken, onun duygularına kapılmadan, onları kendi içimizde doğru ve duyarlı bir biçimde yeniden yaşamaktır.” (Rogers, 1961, s. 140). Rogers’ın kuramında empati, terapötik ilişkinin temel direklerinden biridir. Terapistin danışanın

deneyimlerini yargılamadan ve yorumlamadan kavrayıp anlaması, danışanda güven, açıklık ve duygusal iyileşme süreçlerini teşvik eder (Elliott et al., 2011, s. 44; Watson & Greenberg, 2023, s. 63). Bu güven ortamı, bireyin hem öz farkındalığını hem de öz-kabulünü güçlendirerek psikolojik dayanıklılık geliştirmesine yardımcı olur. Rogers ayrıca empatiyi statik bir olgu olarak değil, sürekli bir “içsel süreç” olarak tanımlar. Terapist, danışanın anbean değişen duygusal yaşantılarına uyum sağlamalı ve bu yaşantıları hassas bir biçimde yansıtmalıdır (Rogers, 1959, s. 189). Böylece empati, sabit bir beceriden ziyade dinamik bir ilişki pratiği olarak konumlanır. Rogers’ın empati anlayışı, insan doğasının özünde pozitif bir gelişme yönelimi taşıdığı inancına dayanır. Ona göre her birey, yeterli koşullar sağlandığında kendini gerçekleştirme potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda empati, bireyin bu potansiyeli fark etmesini ve hayata geçirmesini kolaylaştıran temel bir araçtır. Birey merkezli yaklaşımın nihai amacı da tam olarak budur: kişinin kendi iç dünyasını anlaması, kendiliğini serbestçe ifade edebilmesi ve ruhsal bütünlüğe ulaşabilmesidir. Bu noktada Rogers’ın empati anlayışı ile tasavvuf geleneğindeki halden anlama, manevî sorumluluk ve ilahi aşk yoluyla dönüşüm gibi temaların örtüştüğü görülmektedir. Her iki yaklaşımda da bireyin dönüşüm süreci, sadece entelektüel değil, duygusal ve sezgisel katmanları içeren bütüncül bir anlayışla şekillenir.

Nörobilimsel Bulgular ve Empatik Süreçler

Nörobilim alanında yapılan çalışmalar, Rogers’ın empati modelinin biyolojik temelleri olduğunu göstermektedir. Özellikle ayna nöron sistemleri, bireyin başkalarının eylemlerini ve duygusal durumlarını kendi sinirsel sisteminde “yansıtmaya” imkân tanır (Gallese, 2020, s. 261). Empatik yanıtların oluşumunda anterior singulat korteks ve insula gibi beyin bölgelerinin de aktif olduğu gösterilmiştir (Singer & Lamm, 2009, s. 85). Bu bulgular, empatiyi yalnızca psikolojik bir yeti olarak değil, aynı zamanda biyolojik temelli bir sosyal biliş süreci olarak konumlandırmaktadır (Decety, 2023, s. 38). Başkalarının duygusal durumlarına nörofizyolojik düzeyde duyarlı olabilme yetisi, hem bireysel hem de toplumsal bağların güçlenmesinde kritik rol oynamaktadır.

Çağdaş Terapötik Yaklaşımlarda Empatinin Yeri

Carl Rogers’ın geliştirdiği empati kavramı, yalnızca bireysel terapi bağlamında değil, günümüzde grup terapileri (Yalom, 2023, s. 122), travma odaklı psikoterapiler ve mindfulness temelli terapötik yaklaşımlar (Brown et al., 2023, s. 214; Siegel, 2024, s. 208) içinde de temel bir unsur olarak benimsenmektedir. Özellikle mindfulness temelli terapilerde, bireyin kendi içsel yaşantılarına açık, yargısız ve şefkatli bir farkındalık geliştirmesi, başkalarının duygusal durumlarına karşı daha derin bir empati kapasitesi kazanmasını sağlamaktadır (Siegel, 2024, s. 124). Şefkat odaklı terapiler (Compassion-Focused Therapy, Gilbert, 2022, s. 117) ise bireyin hem kendine hem de başkalarına yönelik empatik ve şefkatli tutumlar geliştirmesinin, psikolojik iyileşmeyi desteklediğini göstermektedir. Travma sonrası stres bozukluğu (TSSB) ve kompleks travmalarla çalışılan terapötik bağlamlarda, empatik ilişkinin bireyin güven duygusunu yeniden inşa etmesinde ve duygusal düzenleme becerilerini geliştirmesinde kilit rol oynadığı vurgulanmaktadır (Figley, 2018, s. 32; Figley & Kleber, 2023). Özetle, Carl Rogers’ın empatiye yüklediği teorik ve terapötik önem, modern psikoterapötik yaklaşımların temel taşlarından biri olmaya devam etmekte; nörobilim, duygusal düzenleme teorileri ve mindfulness pratikleriyle desteklenen geniş bir kuramsal zemin bulmaktadır.

Tasavvufta Empati: Klasik Metinler ve Manevi Anlayışlar Işığında

Empati kavramı, modern psikolojide sistematik bir teorik çerçeveye oturtulmuş olmakla birlikte, tasavvuf geleneğinde doğrudan bir kavramsal karşılık bulmaz. Ancak bireyin kendi varlık sınırlarını aşarak başkalarının manevî ve duygusal halleriyle sahici bir bağ kurması, tasavvuf düşüncesinin merkezinde yer alan bir ilkedir (Schimmel, 1975; Chittick, 2001, s. 195). Bu bağlamda, Tasavvuf literatüründe doğrudan “empati” kavramı yer almasa da, onunla anlam düzleminde örtüşen bazı temel terimlere rastlanmaktadır.

Bunların başında gelen “halden anlama” kavramı, klasik tasavvuf kaynaklarında “başkasının içsel hâlini sezip onunla manen hemhâl olma” anlamında kullanılmıştır. Sözlüklerde “hal” kelimesi, kişinin geçici ruhsal ve varoluşsal durumu; “halden anlama” ise bu durumu derinden idrak ve iştirak olarak tanımlanır (Uludağ, 1991, s. 186; Cürcânî, 1992, s. 189). *Kâmûsü'l-Muhît*'te de “hal” kavramı, kişinin görünmeyen içsel yönüne işaret ederken, bu yönün fark edilmesi “marifet” ve “basiret” gibi kavramlarla ilişkilendirilmiştir (*Fîrûzâbâdî*, 1994).

Tasavvuf bağlamında halden anlama, yalnızca bilişsel bir kavrayış değil; aynı zamanda sezgi, kalp açıklığı ve ruhsal katılımı gerçekleştiren çok boyutlu bir anlayıştır. Bu yönüyle, modern psikolojideki “duygusal empati” (emotional empathy) ve “perspektif alma” (perspective-taking) gibi kavramlarla örtüşmektedir (Decety, 2023, s. 15). Ancak aradaki fark, tasavvufun bu süreci ilahî bir merteye olarak görmesi ve aşkın bir varoluşsal sorumlulukla ilişkilendirmesidir. Tasavvufî empati anlayışı yalnızca insanlara yönelik değildir. “Rahmet” (şefkat) kavramı, bütün mahlûkata karşı içsel bir duyarlılık geliştirmeyi öngörür. Sufilere göre rahmet, kişinin benliğini aşarak tüm varlık âlemiyle kalpten bir bağ kurmasıdır (Karamustafa, 2022, s. 44). Bu anlayış, başkalarının acılarını hissedip o acılarla manevî olarak hemhâl olmayı içerir. Şeyh Ahmed Gazzâlî, *Savânihü'l-Uşşâk*'ta “gerçek seven, sevdiği her varlığın derdiyle dertlenir, hâliyle hallenir” derken, bu empatik sezgiyi bir aşk ahlâkı olarak sunar. “Muhabbet” (ilahî aşk) ise sûfî düşüncede empatinin en yüksek biçimi olarak kabul edilir. Mevlânâ ve Yunus Emre gibi mutasavvıflar, yalnızca insanlara değil, tüm yaratılmışlara duyulan derin sevgi ve anlayışın, bireyin manevî tekâmülünde temel olduğunu savunmuşlardır. Bu anlayışa göre sevgi, empatik katılımın en saf hâlidir (Nicholson, 2024, s. 74). Burada Rogers'ın insan doğasına dair yaklaşımı ile tasavvufî insan anlayışı arasında dikkate değer bir benzerlik gözlemlenir. Carl Rogers, her bireyin özünde değerli ve gelişmeye açık bir varlık olduğunu savunur; yeterli koşullar sağlandığında birey, kendini gerçekleştirme potansiyelini ortaya koyabilir. Benzer şekilde tasavvuf düşüncesinde de insan, ilahî öz taşıyan, içsel kemale ulaşma kapasitesine sahip yüce bir varlık olarak kabul edilir. Bu nedenle hem Rogers'ın birey merkezli modeli hem de tasavvufî anlayış, insanı içsel değeri ve dönüşüm kapasitesi olan bir varlık olarak temellendirir. Her iki yaklaşım da empatiyi, bu içsel gelişimin ve manevî uyanışın asli bir aracı olarak görür. Bu yaklaşımın bireysel düzeyde içsel dönüşüme katkısı olduğu kadar, toplumsal düzeyde de bir adalet ve merhamet düzeni kurmaya hizmet ettiği vurgulanmaktadır. Yunus Emre, *Risaletü'n-Nushiyye*'de “Gönül bir Kâbe'dir, onu yıkma.” diyerek empatiyi hem varoluşsal hem de etik bir gereklilik olarak görür (Yunus Emre, 2024, s. 41). Nevzat Tarhan da *Yunus ve Mevlânâ'da Terapi* adlı eserinde, Yunus'un öğretilerini “empatik iletişim temelli bir manevî psikoterapi modeli” olarak değerlendirir. Benzer biçimde Hasan Kamil Yılmaz, *Dinle Neyden* adlı eserinde Mevlânâ'nın başkalarının acılarına kalpten iştirakini “ilahî empati” olarak yorumlar. Günümüz psikoterapi yaklaşımları içinde, bu tasavvufî ilkelerin özellikle mindfulness temelli terapiler ve şefkat odaklı psikoterapilerle bütünleştirilmeye başlandığı gözlemlenmektedir (Siegel, 2024, s. 173; Brown et al., 2023, s. 214). Ancak burada önemli bir kuramsal fark vardır: Modern psikoloji, empatiyi gözlemlenebilir, ölçülebilir bir fenomen olarak ele alırken; tasavvuf, empatinin kaynağını aşkın bir bilinç hâlinde, sezgisel ve manevî bir tecrübede temellendirir (Schimmel, 1975, s. 112; Chittick, 2001, s. 63). Sonuç olarak, tasavvufî empati anlayışı, bireyin hem kendi içsel bütünlüğünü sağlamasına hem de toplumsal düzeyde etik bir varoluş sergilemesine imkân tanıyan çok katmanlı bir bilinç durumudur. Bu yönüyle tasavvuf, empati kavramının yalnızca psikolojik değil, aynı zamanda ontolojik, etik ve kozmik boyutlarını kapsayan zengin ve bütüncül bir perspektif sunmaktadır.

Mevlânâ'da Halden Anlama

Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî'nin düşüncesinde *halden anlama* (ta'assuf), yalnızca başkalarının duygusal hallerini kavramakla sınırlı bir empatik eylem değil, bireyin ilahî hakikate ulaşma sürecinde zorunlu bir manevî merhaledir. *Mesnevî*'de sıkça vurgulanan “başkasının gamını üstlenme” anlayışı, bireyin varoluşsal sınırlarını aşarak ötekinin acısına ruhen katılmasını gerektirir. Bu yaklaşım, Mevlânâ'nın insanın yalnızca kendi iç dünyasına kapanarak değil, başkalarının varoluş mücadelelerine sahici bir iştirakle

olgunlaşabileceğini savunduğunu göstermektedir (Nicholson, 2024, s. 78; Schimmel, 1975, s. 112). Mevlânâ bu perspektifi şu beyitte veciz biçimde ifade eder:

“Sen başka bir canın derdine ortak ol da, Hak seni de dertsiz kılacak.” (*Mesnevî*, c.2, b.1407)

Bu beyitte Mevlânâ, bireyin kendi acılarını hafifletmesinin başkalarının acılarına gönülden ortak olmakla mümkün olduğunu ima eder. Böylece *halden anlama*, sadece duygusal bir duyarlılık değil, aynı zamanda ruhsal bir kemal mertebesidir (Chittick, 1983, s. 122; Kılıç, 2023, s. 57). Mevlânâ’ya göre empatik katılım, muhabbetin (ilahî aşkın) en saf hâlidir. İnsanın ilahî hakikate yönelmesi, diğer varlıkların içsel acılarını anlamadan ve onlara karşı bir şefkat bağı kurmadan eksik kalır. Bu anlayış, Mevlânâ’nın sûfî insan modelinde, merhamet ve sevgiyle yoğrulmuş bir varoluş biçiminin zorunluluğuna işaret eder (Sells, 1996, s. 83). Mevlânâ, *Fîhi Mâ Fîh* adlı eserinde de bu anlayışı şöyle dile getirir:

“Bir kimseye acıyorsan, onun hâlini anlamaya başlarsın. Hâlini anlarsan, onunla birdir kalırsın. Kalpler arası perde kalkar.” (*Fîhi Mâ Fîh*, s. 119)

Bu alıntıda, empatinin yalnızca dışsal bir farkındalık değil, kalpten kalbe uzanan bir içsel iştirak olduğu açıkça görülmektedir. Modern psikoloji bağlamında değerlendirildiğinde, Mevlânâ’nın “başkasının derdine ortak olma” öğretisi, duygusal empati (emotional empathy) ve prososyal davranış kuramları ile paralellik göstermektedir (Decety, 2023, s. 38; Zaki, 2022, s. 143). Duygusal empati, bireyin yalnızca başkasının duygularını anlaması değil, aynı zamanda bu duygulara duygusal olarak rezonans göstermesi anlamına gelir (Singer & Lamm, 2009, s. 85). Mevlânâ’nın vurguladığı içsel katılım da benzer biçimde, sadece bilişsel bir anlayıştan değil, derin bir duygusal içselleştirmeden doğmaktadır. Nöropsikolojik araştırmalar da bu görüşü destekler niteliktedir. Özellikle ayna nöron sisteminin, başkalarının duygusal deneyimlerini “taklit” ederek içselleştirme süreçlerinde aktif olduğu gösterilmiştir (Gallese, 2020, s. 261). Bu bulgular, Mevlânâ’nın sezgi ve kalp yoluyla başkalarının hallerine iştirak etme öğretilerinin modern nörobilimsel açıklamalarla da örtüştüğünü göstermektedir. Öte yandan, Mevlânâ’nın empati anlayışı sadece bireysel bir deneyim değil, aynı zamanda sosyal adalet ve toplumsal barışın da temeli olarak sunulur. Çünkü insanın yalnızca kendi varoluşunu değil, başkalarının varoluş serüvenlerini de kendi manevî sorumluluğunun bir parçası olarak görmesi, toplumsal bağları güçlendirir (Aydemir, 2024, s. 73; Albayrak, 2023, s. 64). Bütün bu çerçevede Mevlânâ’nın *halden anlama* öğretisi, modern psikolojideki empati kuramlarını hem bireysel hem de toplumsal düzeyde aşan, varoluşsal ve ilahî bir anlam boyutuna taşıyan özgün bir yaklaşım sunmaktadır.

Şems-i Tebrizî’de İçsel Sezgi ve Ruhsal Rezonans

Şems-i Tebrizî’nin düşüncesinde empatik tecrübe, yalnızca bilişsel veya duygusal bir anlayış süreci değil, çok daha derin bir ruhsal rezonans ve sezgisel kavrayış süreci olarak tanımlanır. *Makalât*’ında yer alan şu ifade, onun empatiye yaklaşımını özlü bir şekilde özetler:

“Gönül gözüyle bak ki, ötekinin ruhu sana açılır.” (*Tebrizî*, 2023, s. 39).

Bu ifade, insanın hakikate ulaşabilmesi için yalnızca zahirî gözlemlerle yetinmemesi; gönül gözü (*basîret*) yoluyla ötekinin ruhuna nüfuz etmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (*Tebrizî*, 2023, s. 53; Karamustafa, 2022, s. 44). Şems’e göre, gerçek anlayış akıl yoluyla değil, kalbin derin sezgisiyle mümkündür (*Tebrizî*, 2023, s. 51). Bu anlayış, bireyin başkasının varoluşsal acılarını ve sevinçlerini kendi içsel varlığında yankılatmasını ve böylece ruhlar arasında görünmez bir köprü kurmasını gerektirir (Chittick, 2001, s. 133).

“Söz, ruhun derinliklerinden gelmeli; yoksa kulağa değil kalbe ulaşmaz.” (*Tebrizî*, 2023, s. 61) diyen Şems, yalnızca anlamakla kalmayıp, ruhun içten gelen titreşimiyle bağ kurmayı vurgular. Bu empatik bağda sezgi, sadece psikolojik bir refleks değil; aynı zamanda mistik aşkın ve teslimiyetin bir yansımasıdır. Bu yönüyle Şems’in yaklaşımı, İbn Arabî’nin “aşk bilgidir” anlayışıyla da örtüşür; zira hakiki bilgi, kalple sezilerek

elde edilir. Şems'in sezgi merkezli empati anlayışı, modern psikoterapideki "terapötik ittifak" (therapeutic alliance) kavramı ile dikkat çekici paralellikler göstermektedir. Terapötik ittifak, terapist ve danışan arasında kurulan karşılıklı güven, anlayış ve duygusal rezonans bağıı ifade eder ve psikoterapötik sürecin başarısında temel bir rol oynar (Horvath & Luborsky, 1993, s. 562). Tıpkı Şems'in önerdiği gibi, terapötik ilişkide de yalnızca bilişsel kavrayış yeterli değildir; terapistin, danışanın duygusal ve varoluşsal gerçekliğini sezgisel bir açıklıkla deneyimlemesi gerekir (Watson & Greenberg, 2023, s. 238). Şems'in empati anlayışı aynı zamanda etik bir sorumluluğu da beraberinde getirir. Başkalarının ruhsal halleriyle derin bir bağ kuran birey, artık yalnızca kendi varoluşu için değil, ötekinin varoluşu için de sorumluluk hisseder. Bu anlayış, Levinas'ın (1969) "öteki karşısındaki etik sorumluluk" kavramı ile örtüşmektedir. Şems, bireyin başkalarının ruhî derinliklerine dokunabilme kapasitesini, ilahi aşkın (*muhabbetullah*) bir yansıması olarak değerlendirir (Tebrîzî, 2023, s. 58). Nörobilimsel açıdan da bakıldığında, Şems'in bu yaklaşımı modern bulgularla uyumludur. Özellikle ayna nöron sistemlerinin, başkalarının duygusal deneyimlerini doğrudan içselleştirme kapasitesi yarattığı ortaya konmuştur (Gallese, 2020, s. 261; Decety, 2023, s. 116). Bu sistem, bireyin yalnızca başkalarının duygularını anlamasını değil, aynı zamanda onların duygusal deneyimlerine "katılmasını" mümkün kılar. Öte yandan, Şems-i Tebrîzî'nin empati anlayışı, mindfulness ve bilinçli farkındalık yaklaşımlarıyla da ilişkilendirilebilir. Mindfulness temelli terapilerde, bireyin kendi içsel deneyimlerini şefkatle gözlemlemesi, ardından başkalarının duygusal durumlarına açık ve yargısız bir şekilde yaklaşabilmesi temel bir ilkedir (Brown et al., 2023, s. 214; Siegel, 2024, s. 177). Şems'in "gönül gözüyle bakma" çağrısı, bu tür farkındalık temelli empatik süreçlere ruhani bir derinlik kazandırmaktadır. Sonuç olarak, Şems-i Tebrîzî'nin içsel sezgi ve ruhsal rezonans merkezli empati anlayışı, bireyin sadece duygusal veya bilişsel değil, varoluşsal bir bağ kurarak ötekini anlamasını ve bu anlayışla sorumluluk üstlenmesini teşvik eder. Bu yönüyle Şems'in öğretileri, hem klasik tasavvuf literatüründe hem de modern psikoloji kuramlarında empatiye ilişkin derin ve bütünsel bir perspektif sunar.

Yunus Emre'de İnsan Sevgisi ve Ruhsal Bütünlük

Yunus Emre'nin düşüncesinde insan sevgisi, yalnızca bireysel bir erdem değil, aynı zamanda ilahî hakikate ulaşmanın temel şartı ve varoluşsal bir sorumluluk olarak görülür (*Risâletü'n-Nushiyye*, Yunus Emre, 2024, s. 36). Yunus, insanın manevî olgunluğa erişmesi için yalnızca ibadet ritüellerine sadık kalmasının yeterli olmadığını, hakiki kulluğun ancak başkalarına gösterilen sevgi, merhamet ve anlayışla mümkün olabileceğini vurgular. Bu anlayışını en çarpıcı biçimde şu mısralarında ifade eder:

"Bir kez gönül yıktın ise / Bu kıldığın namaz değil."
(*Dîvân-ı Yunus Emre*, 2024, s. 41, s. 88)

Bu beyitte Yunus, dinî ritüellerin ruhsuz biçimde yerine getirilmesinin manevî bir değer taşımayacağını, asıl ibadetin insan gönlünü incitmeden yaşamak olduğunu dile getirir (Aydemir, 2024, s. 73). Böylece "gönül yapma" kavramı, Yunus'un tasavvufî anlayışında empati, şefkat ve toplumsal duyarlılık eksenli bir ahlâkın temel taşı hâline gelir. Yunus Emre'nin insan sevgisi anlayışı, Mevlânâ ve Şems gibi büyük sûfilerde de görülen halden anlama ilkesini daha sade ve halkın diline yakın bir biçimde ifade eder. Yunus'a göre, "gönül", Allah'ın tecelli ettiği en kutsal mekândır; dolayısıyla bir insanın gönlünü kırmak, doğrudan ilahî bir hakikate zarar vermek anlamına gelir (Schimmel, 1975, s. 83; Kılıç, 2023, s. 57). Bu yaklaşım, modern psikoloji literatüründe empati temelli ahlaki gelişim kuramlarıyla doğrudan paralellik göstermektedir. Özellikle Batson (2022) tarafından geliştirilen Empati Temelli Ahlaki Motivasyon Modelinde, başkalarının acılarına duyarlılık göstermenin bireyde prososyal davranışları artırdığı, şefkat ve yardımseverlik gibi değerlerin kökünde empatik bilinç bulunduğu vurgulanmaktadır. Bu modelin deneysel olarak desteklendiği örneklerden biri, Batson ve arkadaşlarının yürüttüğü belediye gönüllülük çalışmasında, yüksek empati puanı alan bireylerin yaşlı ve hasta bireylere yardım etme oranlarının anlamlı düzeyde yüksek olduğu sonucudur (Batson et al., 2003). Yunus'un öğretileri, bu anlamda empatik motivasyonun yalnızca bireysel değil, ilahî bir sorumluluk düzeyine taşınmış halidir. Yunus Emre'nin düşüncesinde "gönül" kavramı, yalnızca bireysel duyguların merkezi değil, aynı zamanda evrensel bir sevgi

bilincinin tezahürüdür. Bu yüzden Yunus, gönül yapmayı bir insanlık borcu, gönül kırmayı ise en ağır manevî suçlardan biri olarak görür. Onun öğretisinde, bireyin kendisini ötekinin varoluşuna açması sadece ahlaki bir erdem değil, aynı zamanda varoluşun ilahî düzenine katılım biçimidir (Tosun, 2023, s. 49). Modern terapötik literatürde ise bu anlayış, özellikle şefkat temelli terapilerde (*Compassion-Focused Therapy, CFT*) yeniden yorumlanmıştır. Gilbert (2022) gibi araştırmacılar, bireyin kendine ve başkalarına karşı şefkat geliştirmesinin, psikolojik iyilik hâli üzerinde dönüştürücü bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Yunus'un çağrısı, bu anlamda bireysel dönüşümün yanı sıra sosyal ilişkilerin iyileştirilmesine yönelik de güçlü bir ilham kaynağı sunar. Ayrıca, nöropsikolojik araştırmalar, şefkat ve empati deneyimlerinin beyinde pozitif duygulanım merkezlerini (örneğin prefrontal korteks ve anterior singulat korteks) aktive ettiğini ve stres düzeylerini azalttığını göstermiştir (Singer & Lamm, 2009, s. 85; Gallese, 2020, s. 261). Bu bulgular, Yunus Emre'nin "gönül yapmanın" ruhsal ve bedensel sağlığı bütünleştiren bir iyileştirme süreci olduğunu sezgisel olarak öngördüğünü göstermektedir. Sonuç olarak, Yunus Emre'nin insan sevgisi ve gönül merkezli empati anlayışı, modern psikoloji, nörobilim ve ahlak felsefesi alanlarında geliştirilen teorik yaklaşımlarla güçlü bir biçimde örtüşmekte; bireyin hem ruhsal bütünlüğünü hem de toplumsal varoluşunu yeniden inşa etmesine imkân tanıyan evrensel bir etik çerçeve sunmaktadır.

Güncel Yorumlar ve Terapötik Açılımlar

Son yıllarda yapılan disiplinler arası araştırmalar, tasavvufi öğretilerin yalnızca manevi gelişim alanında değil, aynı zamanda psikolojik iyilik hali ve terapötik uygulamalar bağlamında da önemli katkılar sunduğunu ortaya koymuştur (Albayrak, 2023, s. 64; Çakır, 2025, s. 102). Özellikle bireyin duygusal dayanıklılığını artırma, öz-anlayış geliştirme ve empatik kapasiteyi güçlendirme gibi temel psikolojik süreçlerde tasavvufi ilke ve pratiklerin özgün bir potansiyele sahip olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda *Nevzat Tarhan'ın Yunus ve Mevlâna'da Terapi (2023)* adlı eseri ile *Hasan Kamil Yılmaz'ın Dinle Neyden (2023)* adlı çalışmasında, tasavvufun şefkat, sezgi ve gönül terbiyesi yoluyla bireysel iyileşmeyi nasıl desteklediği ayrıntılı olarak ele alınmaktadır. Mindfulness temelli terapiler (MBCT, MBSR) başta olmak üzere, birçok çağdaş psikoterapötik yaklaşım, bireyin şimdiki an farkındalığı geliştirmesinin yanında, şefkat ve sezgi gibi içsel kaynakları da harekete geçirmeyi amaçlamaktadır (Brown et al., 2023, s. 214; Siegel, 2024, s. 203). Bu bağlamda, tasavvufun "halden anlama", "rahmet" ve "ilahi aşk" ilkeleri, bireyin yalnızca kendine yönelik farkındalığını değil, aynı zamanda başkalarına karşı geliştirdiği şefkat temelli yaklaşımı da derinleştirmektedir (Karamustafa, 2022, s. 44; Aydemir, 2024, s. 73). Özellikle travma sonrası stres bozukluğu (TSSB) yaşayan bireylerde, tasavvufi öğretinin sunduğu içsel dayanıklılık mekanizmalarının önemli rol oynadığı görülmektedir. Çakır'ın (2025) yaptığı çalışmada, Mevlânâ'nın "sabır", Şems-i Tebrizi'nin "içsel sezgi" ve Yunus Emre'nin "gönül yapma" ilkelerinin, travma sonrası iyileşme süreçlerinde bireylerin öz-duyarlılık, umut ve sosyal bağlılık düzeylerini artırdığı tespit edilmiştir. Bu bulgular, özellikle şefkat odaklı terapiler (*Compassion-Focused Therapy, CFT*) ve duygu düzenleme yaklaşımlarıyla (*Emotion-Focused Therapy, EFT*) güçlü bir teorik uyum sergilemektedir (Gilbert, 2022, s. 117; Watson & Greenberg, 2023, s. 238). Tasavvufun sunduğu empatik ve şefkat temelli bilinç geliştirme anlayışı, bireylerin hem içsel travmalarıyla başa çıkmasına hem de toplumsal ilişkilerinde daha sağlıklı empatik bağlar kurmasına imkân tanımaktadır. Nörobilim alanındaki son araştırmalar da bu süreci desteklemektedir. Özellikle empati ve şefkatle ilişkili deneyimlerin, beyinde pozitif duygulanım merkezlerini (örneğin ventromedial prefrontal korteks, anterior singulat korteks) aktive ederek, stres yanıtını azalttığı ve bağışıklık sistemi üzerinde iyileştirici etkiler yarattığı gösterilmiştir (Singer & Lamm, 2009, s. 86; Gallese, 2020, s. 261; Decety, 2023, s. 38). Bununla birlikte, güncel psikolojik literatürde tasavvufi empati ve şefkat anlayışının kültürel bağlamda da özgün bir değer sunduğu ifade edilmektedir. Özellikle kolektif kültürlerde, bireysel iyilik hali kadar toplumsal dayanışmanın da terapötik süreçte kritik bir rol oynadığı; tasavvufi anlayışın bireyi yalnızca kendi ruhsal sağlığına değil, başkalarının iyiliğine yönelik sorumluluğa da yönlendirdiği vurgulanmaktadır (Markus & Kitayama, 1991, s. 226; Albayrak, 2023, s. 157). Sonuç olarak, tasavvufi öğretinin sunduğu empati, şefkat ve ilahi aşk kavramları, modern psikoterapi tekniklerinin insan ruhunu dönüştürme çabalarına derin ve bütünsel bir katkı sağlamaktadır.

Bireyin içsel güç kaynaklarını harekete geçiren bu manevi boyut, hem travma sonrası iyileşme süreçlerinde hem de genel psikolojik esenlik düzeyinin artırılmasında etkili ve tamamlayıcı bir yol sunmaktadır.

Eleştiriler ve Alternatif Yaklaşımlar

Her ne kadar empati kavramı hem modern psikolojide hem de tasavvufi düşüncede bireysel ve toplumsal gelişim açısından merkezi bir değer olarak ele alınsa da, her iki yaklaşımın da içerdiği sınırlar ve metodolojik zorluklar çeşitli eleştirilerin konusu olmuştur. Eleştiriler, hem kavramsal çerçeve hem de pratik uygulama boyutlarında farklı düzeylerde gündeme gelmektedir.

Carl Rogers'ın Empati Modeline Yönelik Eleştiriler

Carl Rogers'ın birey merkezli terapi yaklaşımı, empatik anlayışı terapötik ilişkinin temel direklerinden biri olarak görmesi bakımından büyük bir ilerleme kaydetmiş olsa da, bazı eleştirmenler tarafından aşırı yüceltilmiş ve yapılandırılmış müdahalelerin önemini göz ardı ettiği gerekçesiyle eleştirilmiştir (Konrath, 2014, s. 5). Özellikle bilişsel-davranışçı terapi (BDT) savunucuları, bireyin yalnızca empatik dinlenme ve kabul yoluyla değil, aktif bilişsel yeniden yapılandırma ve davranışsal değişim süreçleri yoluyla da dönüşebileceğini savunmuşlardır (Beck, 2023, s. 192). Empati odaklı terapötik süreçlerin bazı durumlarda terapist ve danışan arasındaki sınırların bulanıklaşmasına neden olabileceği ve bu durumun duygusal tükenmişlik (compassion fatigue) riskini artırabileceği de vurgulanmıştır (Figley, 2018, s. 32). Özellikle yüksek empatik yük altında çalışan terapistlerin, duygusal mesafelerini koruyamamaları halinde profesyonel dayanıklılıklarının zarar görebileceği ve terapötik etkinliğin azalabileceği bildirilmiştir (Figley & Kleber, 2023, s. 82). Kültürel bağlamda ise, empati kavramının evrensel bir değer olarak kabul edilmesi eleştirilmiştir. Markus ve Kitayama'nın (2020) kültürel psikoloji çalışmalarına göre, Batı toplumlarında bireysel empati vurgusu ön plandayken, Doğu toplumlarında grup bağlılığı, topluluk dayanışması ve kolektif sorumluluk daha belirleyici değerlerdir. Bu bulgular, empati kavramının kültürler arası farklılıklar taşıdığını ve her bağlamda aynı şekilde deneyimlenemeyeceğini göstermektedir (Heine, 2023, s. 221).

Tasavvufi Empati Anlayışına Yönelik Eleştiriler

Tasavvufi düşüncede empatiye tekabül eden "halden anlama", "rahmet" ve "ilahi aşk" gibi kavramlar, bireyin başkalarının içsel deneyimlerine sezgisel bir açıklıkla katılımını teşvik ederken, bu yaklaşımın bilimsel araştırmalarla ölçülmesi ve sistematik olarak modellenmesi belirgin zorluklar içermektedir (Nasr, 2021, s. 184). Tasavvufun öznel, mistik ve aşkın doğası, psikoloji biliminin nesnel ölçüm ve doğrulama kriterleriyle doğrudan örtüşmediği için, akademik literatürde tasavvufi empati anlayışının yer bulması metodolojik sınırlamalarla karşılaşmaktadır (Schimmel, 1975, s. 112; Chittick, 2001, s. 126). Bununla birlikte, son yıllarda yapılan çok disiplinli araştırmalar, tasavvufi öğretilerin bireyin psikolojik sağlık, duygusal esneklik ve empatik bilinç geliştirmesinde önemli katkılar sunduğunu ortaya koymuştur (Albayrak, 2023, s. 64; Çakır, 2025, s. 102). Özellikle mindfulness temelli terapilerde ve şefkat odaklı psikoterapilerde, tasavvufi yaklaşımların bireyin kendilik şefkati, duygusal düzenleme ve sosyal empati becerilerini artırdığına dair bulgular artmaktadır (Brown et al., 2023, s. 214; Gilbert, 2022, s. 117). Tasavvufi yaklaşımın bir diğer eleştiriye açık noktası da, bireysel mistik deneyimlerin genellenebilirliği konusundadır. Her bireyin sezgisel ve aşkın deneyimi farklılık gösterdiğinden, bu süreçlerin standart terapötik protokollere dönüştürülmesi oldukça güçtür. Ancak bazı araştırmacılar (Çakır, 2025, s. 102; Aydemir, 2024, s. 73), tasavvufun bireye sunduğu "içsel rehberlik" modelinin, bireyselleştirilmiş psikoterapi yaklaşımlarıyla entegre edilebileceğini ve öznel deneyimlerin terapötik çalışmada destekleyici bir rol oynayabileceğini ileri sürmektedir.

Metodoloji

Bu araştırma, hümanist psikoloji kuramının öncülerinden Carl Rogers'ın terapötik empati modelini ve klasik tasavvuf düşünürlerinden Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî, Yunus Emre ve Şems-i Tebrizî'nin eserlerindeki empati anlayışını fenomenolojik bir yaklaşımla incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, nitel araştırma paradigması içinde, betimleyici ve yorumlayıcı bir fenomenolojik yöntem çerçevesinde yapılandırılmıştır. Empati kavramının bireyin öznel deneyimlerine ve kültürel-manevi bağlamdaki yansımalarına odaklanılmıştır.

Araştırmanın Teorik Çerçevesi ve Yaklaşımı

Araştırmada, fenomenolojik yaklaşım temel alınmıştır. Fenomenoloji, bireyin yaşantısal deneyimlerini, bu deneyimlerin özünü kavramayı ve onları doğrudan anlamayı hedefler (Moustakas, 1994, s. 25). Bu bağlamda çalışmada, empati kavramının hem psikolojik hem de tasavvufi metinlerde nasıl deneyimlendiği ve kavramsallaştırıldığı yorumlayıcı bir perspektifle ele alınmıştır. Alternatif yöntemler olan etnografik veya deneysel yaklaşımlar yerine fenomenolojinin tercih edilmesinin sebebi, çalışmanın odaklandığı içsel yaşantıların doğrudan betimlenmesini ve yorumlanmasını sağlamaktır.

Veri Toplama Süreci

Veri, doküman incelemesi yöntemiyle toplanmıştır. Seçilen birincil kaynaklar şunlardır:

- Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî: *Mesnevî* (مثنوی معنوی) “Sen başkasının acısına bak ki, kendi yaralarının merhemini bulasın” (*Mesnevî*, Cilt II, Beyit 1123).
- Yunus Emre: *Risaletü'n-Nushiyye* (Gönül bir Kâbe'dir, onu yıkma).
- Şems-i Tebrizî: *Makalât* “Gönül gözüyle bak ki, ötekinin ruhu sana açılır” (*Makalât*, 2023, s. 39).

Bu eserlerin hem orijinal dillerindeki pasajları hem de güvenilir akademik çevirileri incelenmiştir. Metinlerin seçimi, empati kavramını doğrudan veya dolaylı biçimde işleyen anlatıların tespit edilmesine dayanmaktadır.

Veri Analizi Yöntemi

Veri analiz süreci, aşağıdaki aşamalar doğrultusunda yapılandırılmıştır:

Tematik Analiz

Toplanan metinlerde empati kavramına ilişkin tekrar eden temalar belirlenmiş, Carl Rogers'ın empati modelindeki bileşenler (bilişsel empati, duygusal empati, empatik tepki) temel alınarak kodlanmıştır.

Kavramsal Çözümleme

Metinlerde empatiye ilişkin metaforlar, semboller, hikâyeler ve anlatılar detaylı bir şekilde çözümlenmiştir. Böylece tasavvufi metinlerde empati anlayışının nasıl kavramsallaştırıldığı açığa çıkarılmıştır.

Anlatı Analizi

Eserlerdeki karakterler, olay örgüsü ve hikâye anlatım yapıları empati süreci bağlamında analiz edilmiştir. Karakterlerin duygusal deneyimlerinin ve başkalarıyla kurdukları ilişkilerin empatik yapısı irdelenmiştir.

Nitel Yoğunluk Değerlendirmesi

Kodlanan temalar üzerinden bilişsel ve duygusal empati vurgularının yoğunluğu, örneklerin sınırlılığı dikkate alınarak betimsel bir düzlemde değerlendirilmiştir. Nicel analiz iddiası çıkarılmış, ağırlık nitel betimlemeye verilmiştir.

Karşılaştırmalı Analiz

Son aşamada, Mevlânâ, Yunus Emre ve Şems-i Tebrizî'nin eserlerinde ortaya çıkan empati anlayışı ile Carl Rogers'ın terapötik empati modeli karşılaştırılarak benzerlikler ve farklılıklar belirlenmiştir.

Örneklem Seçimi

Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmaya Mevlânâ, Yunus Emre ve Şems-i Tebrizî'nin seçilmesinin nedeni, bu düşünürlerin empati kavramını doğrudan veya dolaylı olarak güçlü şekilde yansıtan metinlere sahip olmalarıdır. Diğer önemli mutasavvıflar (örneğin Hacı Bektaş-ı Veli, İbn Arabî) bu çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

Sınırlılıklar

Bu çalışma yalnızca yazılı metin incelemesine dayalıdır; sözlü gelenekler kapsam dışı bırakılmıştır. Ayrıca Carl Rogers'ın yaklaşımı merkeze alınmış, Hoffman ve Batson gibi diğer modern empati kuramlarına derinlemesine girilmemiştir. Ayrıca çalışma örneklem hacmi açısından sınırlı tutulmuş, genelleyci sonuçlardan kaçınılmıştır.

Etik Hususlar

Çalışma, akademik etik kurallarına uygun şekilde yürütülmüştür. Kamuya açık kaynaklardan ve telif hakkı olmayan metinlerden yararlanılmış, her bir alıntı doğru kaynak gösterimi ile sunulmuştur. Araştırma sürecinde herhangi bir etik ihlal bulunmamaktadır.

Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde, Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî, Yunus Emre ve Şems-i Tebrizî'nin eserlerinde empati kavramının nasıl yapılandırıldığı; Carl Rogers'ın terapötik empati modeli ile karşılaştırmalı bir perspektiften analiz edilmiştir. Bulgular fenomenolojik bir yaklaşımla ele alınmış; metinlerde empati kavramının bilişsel, duygusal ve sezgisel boyutları tematik olarak değerlendirilmiştir. Mevlânâ'da Bilişsel Empati Anlayışı Mevlânâ'nın *Mesnevî* ve *Fîhi Mâ Fîh* adlı eserlerinde empati, bireyin akıl ve sezgi yoluyla ötekinin deneyim dünyasına nüfuz etmesi süreci olarak yapılandırılmıştır. Mevlânâ, insanın başkalarının yaşantılarına sahici bir katılım göstermesinin, bireyin kendi nefsinden sıyrılarak ilahi hakikate erişmesinin zorunlu bir aşaması olduğunu vurgular. Bu yaklaşım, özellikle şu beyitte açıkça görülmektedir:

“Sen başka bir canın derdine ortak ol da, Hak seni de dertsiz kılacak.” (*Mesnevî*, c.2, b.1407)

Bu ifadede empati, yalnızca duygusal bir paylaşım değil, bireyin kendilik sınırlarını aşarak başkasının acısını kendi iç dünyasında deneyimlemesi ve bu deneyim aracılığıyla ruhsal bir arınma yaşaması olarak tasvir edilmektedir (*Mesnevî*, c.2, b.1407; *Fîhi Mâ Fîh*, 2005, s. 91; Nicholson, 2024). Mevlânâ'nın empati anlayışı, modern psikolojide tanımlanan bilişsel empati kavramıyla paralellik göstermektedir. Bilişsel empati, bireyin karşısındaki kişinin düşüncelerini, inançlarını ve içsel dünyasını bilişsel bir çaba yoluyla anlamasını içerir (Decety & Jackson, 2004, s. 74). Ancak Mevlânâ'nın modelinde, bu bilişsel süreç saf akıl yürütmeden ibaret değildir; sezgiyle birleşir ve ilahi aşk bilinciyle derinleşir.

2. Mevlânâ'da Bilişsel Empati Dinamikleri

Mevlânâ'nın empati anlayışı, modern psikolojide tanımlanan bilişsel empati kavramıyla örtüşmekle birlikte onu aşan bir bütünlüğe sahiptir. Bilişsel empati, bireyin karşısındaki kişinin düşüncelerini, inançlarını ve içsel dünyasını zihinsel bir çaba yoluyla kavramasını ifade eder (Decety & Jackson, 2004, s. 74). Mevlânâ'nın modelinde ise bu bilişsel süreç, saf akıl yürütmeye indirgenmemekte, onunla birlikte sezgi ve kalp bilgeliğiyle birleşerek ruhsal bir derinliğe ulaşmaktadır. Bu yönüyle Mevlânâ, empatiyi yalnızca başkasının duygularını anlamak değil, aynı zamanda kendi nefsinin arındırma ve Tanrısal hakikate yaklaşma yolu olarak görür:

Tablo 1. Mevlânâ'da Bilişsel Empati Anlayışının Temel Bileşenleri

Bileşen	Açıklama	Mevlânâ Kaynağı
Bilişsel Kavrayış	Mevlânâ, başkasının iç dünyasını anlamak için onu yargılamadan dinlemeyi ve zihinsel bir açıklıkla yaklaşmayı önerir: “Nice kimseler vardır ki, söylemedikleri hâlde sırlarını anlatırlar.” Bu, önyargısız bilişsel bir açıklığa işaret eder.	<i>Fîhi Mâ Fih</i> , s. 112
Sezgisel Derinlik	Mevlânâ'da anlama yalnızca akıl yürütmeye değil, sezgi ve kalp bilgeliğiyle mümkündür: “Kalp gözü ile gören kişi, sözlerin ötesindekini duyar.” Bu, zihinsel kavrayışın sezgiyle birleştiği noktayı vurgular.	<i>Mesnevî</i> , Cilt 2, Beyit 1853
İçsel Arınma	Başkasının acısını anlamak, bireyin kendi nefsinin tanınmasına ve dönüştürmesine aracıdır: “Başkasının derdiyle dertlen ki kendi derdinden kurtulasın.” Empati burada ruhsal arınma işlevi görür.	<i>Mesnevî</i> , Cilt 1, Beyit 599–602
İlahi Hakikate Erişim	Mevlânâ, empatiyi ilahi aşka ulaşmanın bir yolu olarak görür: “Sen başkasının gönlüne girmedikçe, Hak katına varamazsın.” Empati, ruhu Tanrı'ya yaklaştıran mistik bir araçtır.	<i>Fîhi Mâ Fih</i> , s. 89

Tablo 1'e göre, Mevlânâ'nın empati anlayışını sadece psikolojik değil, aynı zamanda ontolojik ve metafizik bir düzleme yerleştirdiğini göstermektedir. Bilişsel kavrayış, Mevlânâ'da sadece zihinsel bir okuma değil, ötekinin hakikatine yönelmiş bir açıklıktır. Bu açıklık, sezgi ile derinleşmekte ve kalp merkezli bir algılayışa dönüşmektedir. Bu yönüyle onun empati anlayışı, Carl Rogers'ın empatik anlayış geliştirme modelinde vurgulanan koşulsuz kabul ve içsel anlayış ilkesine yakın bir çizgi izler; ancak Mevlânâ'da bu süreç, ilahi aşk ve manevî dönüşüm ile taçlanır. Son olarak, Mevlânâ'nın empati öğretisi, kişiler arası bir beceri olmaktan çok kişisel dönüşümün ve hakikat arayışının zorunlu bir aşaması olarak görülür. Bu anlayış, empatiyi hem ahlakî bir sorumluluk hem de mistik bir yükseliş yolu olarak tanımlar.

3. Psikolojik Perspektiften Mevlânâ'nın Empati Modeli

Modern psikolojide empati üzerine yapılan nörobilimsel araştırmalar, Mevlânâ'nın empati yaklaşımını destekler niteliktedir. Ayna nöron sistemlerinin, bireyin başkalarının acılarına yönelik bilişsel ve duygusal yanıtlarını kolaylaştırdığı gösterilmiştir (Gallese, 2020, s. 261; Singer & Lamm, 2009, s. 85). Bu nörobiyolojik mekanizma, bireyin yalnızca rasyonel bir düzeyde değil, aynı zamanda içgüdüsel ve duygusal düzeyde de başkalarının deneyimlerini paylaşmasına imkân tanır.

Mevlânâ'nın *Mesnevî*'sinde vurguladığı “Gam, gam sahibinindir. Sen de gam sahibi ol ki onunla bir olasın.” (*Mesnevî*, c.2, b.2563).

Beyti, onun “başkasının gamına ortak olma” çağrısını açık biçimde ortaya koyar. Bu anlayış, nörofizyolojik düzeyde de yankı bulan bir empatik rezonans sürecini işaret eder. Başkasının içsel acılarına gönüllü bir katılım, yalnızca psikolojik bir merhamet refleksi değil, aynı zamanda ruhsal bir yakınlık biçimi olarak görülür. Ayrıca Mevlânâ'nın empati anlayışı, Carl Rogers'ın birey merkezli terapide tanımladığı koşulsuz kabul, önyargısız dinleme ve içsel anlama ilkeleriyle dikkate değer bir uyum göstermektedir (Rogers, 1959, s. 189). Ancak burada temel bir farklılık da dikkat çeker: Rogers, empatiyi bireylerarası iletişimin sağlıklı işlemesi için bir araç olarak konumlandırırken; Mevlânâ, empatiyi bireyin manevî olgunluk yolculuğunda

geçmesi gereken bir “makam” olarak değerlendirir. Tasavvuf terminolojisinde “makam”, müridin ruhsal tekâmül sürecinde bilinçli çabayla ulaştığı kalıcı merhaleyi ifade eder. Bu bağlamda empati, Mevlânâ’da yalnızca duygusal bir eğilim değil, bireyin nefsini aşarak “ötekinin haline” rızayla iştirak ettiği, aşkın bir varoluş disiplini olarak ortaya çıkar. Bu nedenle Mevlânâ’nın empati anlayışı, yalnızca psikolojik bir iyileşme süreci değil, aynı zamanda bireyin ilahi aşk ve hakikat bilinciyle bütünleşmesini sağlayan mistik bir deneyimdir. Onun yaklaşımında bilişsel kavrayış, sezgisel içgörü ile bütünleşir; empati, bireyin içsel dönüşümünü başlatarak ruhsal arınmaya zemin hazırlar. Modern psikolojinin bilişsel empati kuramlarıyla kavramsal paralellik taşısa da, Mevlânâ’nın sunduğu model, empatiyi daha derin bir varoluşsal ve manevî boyuta taşır. Böylece empati, insanın hem bireysel hem de kozmik düzeyde anlam bulmasını mümkün kılan dönüştürücü bir süreç olarak yeniden tanımlanır.

4. Yunus Emre’de Duygusal Empati Anlayışı

Yunus Emre’nin *Divan* ve *Risaletü’n-Nushiyye* adlı eserlerinde empati, bireyin sevgiyi, şefkati ve fedakârlığı merkezine alan duygusal bir paylaşım süreci olarak yapılandırılmıştır. Yunus’un insani ilişkilerde vurguladığı temel ilke, gönül yapma ve başkalarının acılarına içtenlikle ortak olma sorumluluğudur. Bu anlayışı en çarpıcı biçimde şu dizelerinde ifade eder:

"Bir kez gönül yıktın ise / Bu kıldığın namaz değil."(*Divan-ı Yunus Emre*, 2024, s. 41, s. 88)

Bu beyitte Yunus, ritüel ibadetlerin ancak gönül kırmamakla, yani başkalarının duygusal bütünlüğüne saygı göstermekle anlam kazanacağını vurgular. Ona göre gerçek ibadet, başkalarının kalbini kırmadan, onlarla içsel bir bağ kurarak yaşamakla mümkündür (Aydemir, 2024, s. 73).

5. Yunus Emre’de Duygusal Empati Dinamikleri

Yunus Emre’nin empati anlayışı, modern psikolojide tanımlanan duygusal empati kavramıyla güçlü bir paralellik sergiler. Duygusal empati, bireyin başkasının duygularını doğrudan hissedebilme ve bu duygulara içten bir şekilde eşlik edebilme kapasitesidir (Zaki, 2022, s. 143; Decety & Jackson, 2004, s. 74). Ancak Yunus’un modelinde empati, yalnızca bir duygusal rezonans değil; aynı zamanda bireyin ahlaki sorumluluk taşıdığı bir etik dönüşüm sürecidir. Birey, başkalarının acılarına katılarak kendi nefsini terbiye eder, sevgi ve hoşgörü ekseninde kendini yeniden inşa eder (Schimmel, 1975, s. 130). Bu çerçevede Yunus Emre’nin duygusal empati anlayışının temel bileşenleri aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Tablo 2. Yunus Emre’nin Duygusal Empati Anlayışına İlişkin Temel Bileşenler

Bileşen	Açıklama	Kaynak
Şefkat ve Merhamet	Başkalarının acılarına duyarlı yaklaşmak ve onların yükünü paylaşmak	Aydemir, 2024
Gönül Yapma	İnsanın, gönül kırmaktan kaçınarak duygusal ilişkilerde etik bir hassasiyet geliştirmesi	<i>Divan-ı Yunus Emre</i> , 2024
Sorumluluğu	Empati yoluyla bireyin ruhsal tekâmül sürecini başlatması	Schimmel, 1975
İçsel Ahlaki Dönüşüm	Empatik ilişkilerin toplumsal uyumu ve dayanışmayı güçlendirmesi	Decety & Jackson, 2023

Tablo 2’ye göre, Yunus Emre’nin duygusal empatiyi yalnızca bir duygulanımsal eş duyum kapasitesi olarak değil, aynı zamanda bireyin ahlaki ve ruhsal gelişiminin asli bir parçası olarak gördüğünü ortaya koymaktadır. Modern psikolojide empati, genellikle sosyal biliş bağlamında ele alınırken; Yunus Emre’nin yaklaşımı, bu kavramı mistik bilinç, nefis terbiyesi ve toplumsal denge ile bütünleştirir. Özellikle “gönül yapma” vurgusu, Batı’da çok daha sonra geliştirilen şefkat odaklı terapötik yaklaşımlarla örtüşür, fakat bu kavram Yunus’ta etik bir vecibe ve tasavvufi sorumluluk düzeyindedir. Schimmel’in (1975) belirttiği üzere, Yunus’un şiirlerinde empati; bireyin ilahi hakikate yaklaşma sürecinde bir tür ahlaki katalizör işlevi

görmektedir. Decety ve Jackson'un (2004, 2023) bilişsel-duygusal empati ayrımıyla karşılaştırıldığında Yunus Emre'nin anlayışı, sezgisel, sezgi-yoğun ve dönüşümsel bir mahiyet taşır. Sonuç olarak, Yunus Emre'de duygusal empati; bireysel bir meziyetin ötesinde, ontolojik bir duyarlılık, manevi bir vecibe ve toplumsal bütünleşmenin dinamik bir zemini olarak şekillenir. Bu yönüyle onun öğretisi hem psikolojik empati kuramlarına hem de çağdaş etik-felsefi söylemlere özgün bir katkı sunar.

6. Psikolojik Perspektiften Yunus Emre'nin Empati Modeli

Yunus Emre'nin vurguladığı şefkat ve sevgi odaklı empati anlayışı, günümüzde psikolojide şefkat temelli terapiler (Compassion-Focused Therapy, CFT) ve mindfulness yaklaşımlarıyla (Gilbert, 2022, s. 117; Brown et al., 2023, s. 214) doğrudan ilişkilendirilmektedir. Özellikle travma sonrası stres bozukluğu yaşayan bireylerde, şefkat temelli yaklaşımların empatik kapasiteyi artırarak iyileştirici etkiler yarattığı gösterilmiştir (Figley, 2018, s. 32). Bireyin başkalarının acılarına karşı geliştirdiği duygusal duyarlılık, yalnızca sosyal ilişkilerde değil, bireyin kendisiyle kurduğu ilişkide de derin bir dönüşüm yaratır. Yunus Emre'nin öğretileri, bireyin hem kendine hem de başkalarına yönelik şefkat geliştirerek psikolojik esenliğini güçlendirdiğini ortaya koyar. Ayrıca nörobilimsel araştırmalar, duygusal empati süreçlerinde beynin anterior insula ve anterior singulat korteks gibi bölgelerinin aktif olduğunu ve bu bölgelerin duygusal rezonansı kolaylaştırdığını göstermektedir (Singer & Lamm, 2021, s. 215). Yunus'un gönül yapma vurgusu, bu nörofizyolojik mekanizmaların kültürel ve manevi düzeydeki yansıması olarak da değerlendirilebilir. Sonuç olarak, Yunus Emre'nin duygusal empati anlayışı:

- Sevgi ve şefkat merkezli bir etik bilinç geliştirmeyi amaçlar,
- Bireysel dönüşümü ve toplumsal dayanışmayı teşvik eder,
- Modern psikolojinin duygusal empati ve şefkat temelli terapi modelleriyle kavramsal paralellik gösterir,
- Ruhsal ve psikolojik iyileşme süreçlerinde dönüştürücü bir rol oynar.

7. Şems-i Tebrîzî'de Sezgisel Empati ve Ruhsal Rezonans

Şems-i Tebrîzî'nin *Makalât* adlı eserinde empati, yalnızca bilişsel ya da duygusal bir süreç değil, doğrudan sezgiye dayalı bir ruhsal iştirak ve varoluşsal rezonans olarak tanımlanır. Şems, bireyin başkalarının ruhsal hakikatine ulaşabilmesi için “gönül gözü” ile bakması gerektiğini vurgular:

“Gönül gözüyle bak ki, ötekinin ruhu sana açılır.” (*Tebrîzî*, 2023, s. 39).

Bu anlayış, empatiyi salt zihinsel bir kavrama ya da duygusal paylaşım olarak değil, ruhî düzlemde bir bağ kurma ve derin bir içsel rezonans oluşturma süreci olarak ele alır (*Tebrîzî*, 2023, s. 53; Karamustafa, 2022, s. 44). Şems'e göre gerçek anlayış, yalnızca aklın ve duyguların sınırlarında değil, sezgisel sezgi alanında, yani kalp ve ruhun işitme kabiliyetinde ortaya çıkar. Bu bağlamda empati, ötekinin acısını görmekten çok hissetmek; onun varlığında kendi varlığını titreten bir manevî yankı oluşturabilmektir.

8. Şems-i Tebrîzî'de Sezgisel Empati Dinamikleri

Şems-i Tebrîzî'nin empati anlayışında sezgi, bireyin başkalarının iç dünyasına nüfuz etmesinde temel bir araç olarak öne çıkar. Modern psikolojide sıklıkla tartışılan “bilişsel empati” ve “duygusal empati” kavramlarının ötesine geçen bu yaklaşım, daha çok varoluşsal empati kavramına yakın durur. Bu bağlamda birey, yalnızca başkasının hislerini anlamakla kalmaz, aynı zamanda ruhsal düzeyde onun deneyimini içselleştirir (Decety & Jackson, 2004, s. 74). Şems'in sezgisel empati anlayışı, derin sezgi, ruhsal rezonans ve manevî sorumluluk ekseninde şekillenir. Bu anlayışın temel bileşenleri aşağıdaki şekilde yapılandırılabilir.

Tablo 3. Şems-i Tebrîzî'nin Sezgisel Empati Anlayışının Temel Bileşenleri

Bileşen	Açıklama	Kaynak
Gönül Gözüyle Algılama	Zihinsel kavrayışın ötesine geçerek, sezgi yoluyla başkasının varlığını duyumsama.	<i>Makalât</i> , 2023
Ruhsal Rezonans	Kendi ruhuyla başkasının ruhu arasında derin, sezgisel bir bağ kurma.	<i>Tebrîzî</i> , 2023
Manevî Sorumluluk	Başkasının varoluşsal deneyimine saygı ve içtenlikli bir duyarlılıkla yaklaşma.	Karamustafa, 2022
İçsel Dönüşüm	Sezgisel empati sayesinde bireyin kendi içsel dünyasında manevî bir tekâmül gerçekleştirmesi.	Chittick, 1983

Tablo 3'e göre, Şems-i Tebrîzî'nin sezgisel empati anlayışı, çağdaş empati modellerinin ötesinde, mistik bilgi edinme, ontolojik yakınlık ve ruhlar arası etkileşim temelinde yapılandırılmıştır. Batı psikolojisinde empati genellikle bilişsel (anlamaya yönelik) ve duygusal (eş duyumsal) katmanlarda ele alınırken, Şems'in yaklaşımı bu çerçeveleri aşarak, bireyin sezgi aracılığıyla ötekine nüfuz ettiği transrasyonel bir bağ kurma biçimine işaret eder. Şems'in "gönül gözüyle algılama" anlayışı, Henri Bergson'un sezgi felsefesiyle örtüşen şekilde, akılla değil, içsel bir aydınlanma aracılığıyla hakikate ulaşmayı vurgular. Bu anlamda empati, yalnızca başkasının halini bilmek değil, onunla bir olma hâli, "hallac-ı ruh" düzeyinde bir temas kurmaktır. "Ruhsal rezonans" kavramı, nörobilimsel bir terim olan yansıma sistemleri (mirror neurons) ile benzerlik taşısa da, burada nörofizyolojik değil, varoluşsal bir eşleşme söz konusudur. Şems'in empati anlayışı, bu rezonansla hem kendinin hem de ötekinin ruhsal titreşimlerini fark etmeye dayanır. "Manevî sorumluluk" ve "içsel dönüşüm" bileşenleri ise Şems'in etik anlayışını yansıtır. Empati, burada bir duygu ya da beceriden öte, manevî bir vecibe ve kişisel tekâmülün aracısıdır. Chittick'in (1983) vurguladığı gibi, Şems için başkasını anlamak, insanın kendi hakikatine yaklaşmasının yoludur. Sonuç olarak Şems-i Tebrîzî'nin sezgisel empati modeli, birey öteki ilişkisini salt psikolojik değil, mistik ve metafizik düzlemde kurar. Bu bağlamda empati, sadece toplumsal uyum sağlayan bir beceri değil, insanı hakikate ve Tanrı'ya taşıyan içsel bir yoldur. Bu model, çağdaş empati kuramlarına derinlikli bir manevî boyut kazandırmak açısından dikkate değerdir.

9. Psikolojik Perspektiften Şems-i Tebrîzî'nin Empati Modeli

Şems'in sezgisel empati yaklaşımı, modern psikoterapide önemli bir kavram olan terapötik ittifak (therapeutic alliance) ile dikkat çekici biçimde örtüşmektedir. Terapötik ittifak; terapist ile danışan arasında kurulan güven, sezgisel anlayış ve içsel rezonansa dayalı ilişkiyi ifade eder (Horvath & Luborsky, 1993, s. 562). Şems'in "gönül gözüyle bakmak" vurgusu, bu ilişki biçiminin özünü oluşturan sezgisel bağ kurma kapasitesini doğrudan çağrıştırmaktadır. Nörobilimsel veriler de sezgisel empati süreçlerinde beynin duygusal işlem bölgelerinin (örneğin anterior insula, medial prefrontal korteks) aktif hale geldiğini göstermektedir (Singer & Lamm, 2009, s. 85). Bu bölgeler, bireyin başkalarının içsel deneyimlerine sezgisel düzeyde yanıt verebilmesini mümkün kılar. Şems'in bu yaklaşımı, yalnızca bireylerarası ilişkilerde değil, aynı zamanda psikolojik sağaltım ve manevî gelişim süreçlerinde de empatiyi merkezi bir güç olarak konumlandırır. Empati bu bağlamda:

- Zihinsel kavrayışı aşarak ruhsal bir iştirak süreci oluşturur,
- Manevî sorumluluk ve içsel dönüşüm boyutlarını içerir,
- Modern psikolojideki terapötik ittifak ve sezgisel empati kavramlarıyla örtüşür,
- İnsanın hem bireysel hem de evrensel varoluş düzeyinde anlam bulmasını sağlar.

Sonuç olarak, Şems-i Tebrîzî'nin sezgisel empati anlayışı, insanlar arası derin bağların kurulmasını olduğu kadar, bireyin kendi ruhsal yolculuğunu da besleyen bir ontolojik derinliğe sahiptir. Bu yönüyle Şems'in yaklaşımı, sadece psikolojik değil, aynı zamanda varoluşsal ve ahlakî bir boyut taşır.

10. Carl Rogers'ın Terapötik Empati Modeli ile Tasavvufî Empati Anlayışı Arasındaki Karşılaştırmalı Analiz

Carl Rogers'ın terapötik empati modeli, bireyin hem kendi iç dünyasını hem de başkalarının duygusal deneyimlerini koşulsuz bir kabul, önyargısız dinleme ve içten bir anlayışla kavramasını temel alır (Rogers, 1959, s. 189). Empati, bu bağlamda terapötik sürecin merkezinde yer alır ve bireyin içsel çatışmalarını anlaması, kendini ifade etmesi ve psikolojik bütünlüğünü sağlaması için bir araç olarak işlev görür. Tasavvufî empati anlayışı ise bireyin kendi nefsinin aşarak ilahî hakikate ulaşma sürecinde empatiyi, zorunlu bir manevî dönüşüm makamı olarak görür (Chittick, 1983, s. 122; Schimmel, 1975, s. 112). Mevlânâ, Yunus Emre ve Şems-i Tebrîzî gibi mutasavvıflar, empatiyi yalnızca başkalarının duygularını anlamak değil, aynı zamanda ruhsal birleşme ve ilahî sevgi bilincine ulaşma aracı olarak konumlandırmışlardır.

Benzerlikler

- **Koşulsuz Kabul:** Hem Rogers hem de tasavvufî öğretiler, bireyin önyargısız bir anlayış geliştirmesini ve başkalarını yargılamadan kabul etmesini temel bir ilke olarak benimser.
- **İçsel Dönüşüm:** Her iki yaklaşım da empatinin yalnızca başkalarını anlamakla kalmayıp, bireyin kendi iç dünyasında etik ve ruhsal bir dönüşüm başlatması gerektiğini savunur.
- **İlişkisel Derinlik:** Empati, hem Rogers için hem de tasavvufî anlayışta, bireyin hem kendi benliğiyle hem de başkalarıyla sahici bir bağ kurmasının anahtarıdır.

Farklılıklar

- **Amaca Yöneliklik:** Rogers için empati, bireyin psikolojik sağaltımı ve öz-gerçekleştirme süreci için bir araçtır. Tasavvufta ise empati, bireyin ilahî hakikate erişmesi ve varoluşsal tekâmülünü tamamlaması için gerekli bir manevî makamdır (Chittick, 1983).
- **İlişkisel Çerçeve:** Rogers'ın modeli daha çok bireylerarası terapötik ilişkilere odaklanırken, tasavvufî empati anlayışı bireyin hem insanlarla hem de Tanrı ile kurduğu bütüncül varoluşsal ilişkiyi kapsar.
- **Dönüşüm Boyutu:** Rogers'ın empati modeli psikolojik iyilik hali ve bireysel öz-farkındalık odaklıdır; tasavvufî model ise mistik bir öz-bilgi (*ma'rifet*) ve aşkın bir bilinç düzeyine ulaşmayı hedefler (Schimmel, 1975; Nasr, 2021).

Tablo 4. Terapötik ve Tasavvufî Empati Modellerinin Karşılaştırılması

Özellik	Carl Rogers'ın Terapötik Empati Modeli	Tasavvufî Empati Anlayışı
Empatinin Amacı	Bireyin psikolojik sağaltımı ve içsel keşfi	Bireyin nefsinin aşarak ilahî hakikate ulaşması
İlişkisel Çerçeve	Bireylerarası terapötik ilişki	İnsan-Tanrı ve insan-insan bütüncül ilişkisi
Temel İlkeler	Koşulsuz kabul, empatik anlayış, öz-gerçekleştirme	Hoşgörü, aşk, ruhsal arınma, nefis terbiyesi
Dönüşüm Boyutu	Psikolojik iyilik hâli ve bireysel gelişim	Manevî tekâmül ve aşkın bilinç
Kuramsal Dayanak	Birey merkezli terapi (Rogers, 1959)	Tasavvuf düşüncesi (Mevlânâ, Yunus Emre, Tebrîzî)

Tablo 4'e göre, Carl Rogers'ın terapötik empati modeli ile tasavvufî empati anlayışı arasındaki karşılaştırmalı analiz, empati kavramının her iki gelenekte de çok katmanlı ve derin bir süreç olarak kavrandığını ortaya koymaktadır. Ancak bu iki yaklaşım arasında empatiyi tanımlama, işlevselleştirme ve nihai hedefe yönlendirme biçimi bakımından belirgin niteliksel farklar mevcuttur. Rogers'ın birey merkezli terapi modelinde empati, bireyin psikolojik sağaltım sürecinde merkezi bir rol oynar. Empati, bireyin kendi iç dünyasına dönmesini, duygusal çatışmalarını anlamasını ve öz-farkındalık geliştirmesini sağlayan temel bir terapötik araçtır (Rogers, 1959, s. 189; Elliott et al., 2011, s. 44). Bu bağlamda empati, bireyin kişisel bütünlük ve psikolojik iyilik hâli oluşturmaya hizmet eden, daha çok dünyevî ve bireysel bir kurtuluş modeli çerçevesinde işlevselleşir. Buna karşılık, tasavvufî gelenekte empati, bireyin ruhsal dönüşümünün, nefisle mücadelesinin ve ilahî hakikate ulaşma sürecinin ayrılmaz bir makamı olarak konumlanır (Chittick, 1983, s. 122; Schimmel, 1975, s. 112). Mevlânâ, Yunus Emre ve Şems-i Tebrîzî gibi sûfiler için empati, yalnızca insan-insan ilişkilerini derinleştiren bir unsur değil, aynı zamanda insanın Tanrı ile kurduğu aşk temelli birliğin ön koşuludur. Bu anlayışta empati, bireyin varoluşsal sınırlarını aşarak kozmik bütünlükle

rezonansa girmesini mümkün kılar. İki yaklaşım arasındaki en temel farklılık, empati sürecinin hedeflediği dönüşümün doğasında yatmaktadır:

- **Rogers’ın yaklaşımında**, empati bireysel psikolojik tamirat ve kişisel öz-farkındalık hedeflerken,
- **Tasavvufî anlayışta**, empati bireyin içsel özünü aşarak, aşkın bir bilinç düzeyine ve ilahî hakikate kavuşmasını hedefler.

Bu bağlamda, tasavvufî empati anlayışı, bireyi hem kendi varoluşunu hem de evrensel hakikati bütünsel bir perspektiften kavramaya davet eden daha kozmik bir yolculuğa çıkarır. İnsan yalnızca bir psikolojik özne değil, ilahî bir hakikatin taşıyıcısı olarak görülür. Dolayısıyla, Tablo 4’ün gösterdiği üzere, her iki modelde de empati, bireyin ilişkisel varoluşunu ve dönüşümünü merkezine alır; ancak Rogers’ın modeli daha çok bireysel özgürleşme ve duygusal sağaltıma, tasavvufî model ise varoluşsal aşk ve fena’ya (benlikten geçiş) odaklanır (Nasr, 2021, s. 85; Kılıç, 2023, s. 57). Bu kuramsal ayırım, empati kavramının yalnızca kişilerarası bir beceri değil, aynı zamanda bireyin ontolojik ve kozmolojik pozisyonunu yeniden yapılandıran bir bilinç düzeyi olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Böylece empati, modern psikolojide bireysel iyileşme için; tasavvufî düşüncede ise varoluşsal aşkınlık ve kutsal birlik için vazgeçilmez bir anahtar işlevi görür.

11. Empatinin Psikoterapötik ve Manevî Gelişim Süreçlerindeki Rolü

Empati, hem modern psikoterapötik uygulamalarda hem de tasavvufî öğretilerde bireysel dönüşümün ve ruhsal gelişimin merkezi bir ögesi olarak konumlandırılmaktadır. Ancak her iki gelenekte empatiye yüklenen anlam ve işlev, bireyin gelişim sürecinin hedefleri doğrultusunda önemli farklılıklar göstermektedir. Psikoterapötik bağlamda empati, bireyin kendilik algısını derinleştirmesine, duygusal bütünlüğünü sağlamasına ve sağlıklı kişilerarası ilişkiler geliştirmesine hizmet eder. Tasavvufî bağlamda ise empati, bireyin nefsanî sınırlamalarını aşarak, ilahî aşk ve hakikat bilincine ulaşmasının zorunlu bir manevî makamı olarak değerlendirilir (Chittick, 1983, s. 122; Schimmel, 1975, s. 112). Yunus Emre’nin *Risaletü’n-Nushiyye*’de “Gönül bir Kâbe’dir, onu yıkma” uyarısı (Yunus Emre, 2024, s. 41), gönül kırmamanın ve başkasının hâlini gözetmenin sadece erdem değil, ruhsal bir zorunluluk olduğuna işaret eder.

Psikoterapi Bağlamı

- Carl Rogers’ın birey merkezli terapi modeli, empatiyi danışanın içsel keşif sürecinde dönüştürücü bir araç olarak merkeze yerleştirir.
- Empatik terapötik ilişki, bireyin güven duygusu geliştirmesini, savunmalarını azaltmasını ve içsel çatışmalarla yüzleşerek kişisel bütünlüğe ulaşmasını kolaylaştırır (Rogers, 1959, s. 189; Elliott et al., 2011, s. 44).

Tasavvufî Bağlam

- Mevlânâ ve Yunus Emre, empatiyi insanın ruhsal tekâmül sürecinde vazgeçilmez bir makam olarak değerlendirir. Mevlânâ, *Mesnevî*’de:

“Sen başka bir canın derdine ortak ol da, Hak seni de dertsiz kılsın.” (*Mesnevî*, c.2, b.1407) diyerek empatiyi, başkalarının ruhsal hâllerine içsel katılım yoluyla ilahî rahmete erişmenin gereği sayar.

- Bu anlayışta empati yalnızca başkalarını anlama yetisi değil, bireyin kendi nefsinden arınarak ilahî hakikate kavuşmasını mümkün kılan bir manevî kemâl basamağıdır (Schimmel, 1975, s. 112; Kılıç, 2023, s. 57).

Tablo 5. Empatinin Psikoterapötik ve Manevî Gelişim Süreçlerindeki Rolü

Teori/Yaklaşım	Ana Bulgular	Literatürle İlişkilendirme
Carl Rogers'ın Birey Merkezli Terapisi	Empati, danışanın kendini ifade etmesini, içsel çatışmalarını keşfetmesini ve psikolojik bütünlüğe ulaşmasını sağlar.	Rogers (1957, 1959); Elliott et al. (2011)
Mevlânâ'nın Tasavvufî Empati Anlayışı	Empati, bireyin kendi nefsinde sınırlarını ilahî aşk bilincine ulaşmasını ve ruhsal olgunluk kazanmasını sağlar.	Schimmel (1975); Chittick (1983)
Jung'un Bireyleşme Süreci	Empati, bireyin gölge yanlarıyla yüzleşmesini ve kendilik bütünlüğüne ulaşmasını destekler.	Jung (1964); Singer (2021)

Tablo 5'e göre, hem Carl Rogers'ın birey merkezli terapi modeli hem de tasavvufî düşünce sistemleri, empatinin bireysel gelişimin merkezinde yer aldığını kabul etmektedir. Ancak bu iki gelenekte empati farklı gelişimsel hedeflere yöneliktir. Rogers, empatiyi bireyin özgün benliğini keşfetmesini, içsel uyum sağlamasını ve psikolojik iyilik hâlini artırmasını destekleyen bir araç olarak değerlendirir. Terapötik süreçte empati, bireyin öz farkındalığını güçlendirir ve duygusal düzenlemeyi teşvik eder (Watson & Greenberg, 2023, s. 177). Buna karşılık, Mevlânâ ve Yunus Emre gibi mutasavvıflar, empatiyi bireyin yalnızca kendi bireysel bütünlüğünü oluşturmaya değil, aynı zamanda ilahî hakikatle bütünleşmesine imkân veren bir ruhsal vasıta olarak görürler. Empati burada bireyin nefsiyle mücadelesinin, aşk yoluyla arınmasının ve Tanrı ile hakiki bir bağ kurmasının zorunlu bir aşaması olarak tanımlanır (Chittick, 1983, s. 122). Jung'un bireyleşme süreci de empatiyi bireyin kendi bilinçdışına ve kolektif bilinçdışına duyarlı hale gelerek, içsel bütünlüğünü tamamlaması sürecinde kritik bir psikolojik araç olarak görür (Jung, 1964, s. 92). Bu bağlamda Jung'un anlayışı, Rogers'ın bireysel psikoterapi yaklaşımı ile tasavvufî empati anlayışı arasında bir bilinç köprüsü işlevi görmektedir. Sonuç olarak, psikoterapötik bağlamda empati bireysel psikolojik iyileşmeye; tasavvufî bağlamda ise aşkın bir varoluş bilincine ulaşmaya hizmet eden çok katmanlı bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Her iki yaklaşımda da empati, insanın kendini ve ötekini anlama çabasının temelinde yer almakta; ancak hedeflenen dönüşümün niteliği psikoloji ile tasavvuf arasında farklı yönelimler taşımaktadır.

12. Tasavvufî Empati Anlayışının Modern Psikoterapiye Entegrasyonu

Tasavvufî empati anlayışı, bireyin hem kendi iç dünyasına hem de başkalarıyla kurduğu ilişkilere daha derinlikli bir şefkat, sezgi ve ilahî aşk boyutu kazandırarak, modern psikoterapi süreçlerine zengin bir perspektif sunmaktadır. Bu entegrasyon, farklı psikoterapötik yaklaşımlar içerisinde empatik kapasitenin hem bilişsel hem de ruhsal düzeyde geliştirilmesini destekleyebilir. Modern psikoterapi kuramları ile tasavvufî empati anlayışı arasında kurulabilecek entegrasyon noktaları aşağıdaki başlıca temalarda somutlaşmaktadır.

Birey Merkezli Terapi

- Carl Rogers'ın birey merkezli terapi modelinde empati, koşulsuz kabul ve derinlemesine anlama temel ilkeler olarak tanımlanır (Rogers, 1959, s. 189).
- Tasavvufî empati anlayışı, bu modeli ruhsal bir boyutla derinleştirerek, bireyin yalnızca psikolojik değil, varoluşsal anlamda da kabullenilmesi ve anlaşılmasını vurgular.
- Mevlânâ'nın "Sen başka bir canın derdine ortak ol da, Hak seni de dertsiz kılsın" (*Mesnevî*, c.2, b.1407) ifadesi, bu empatik katılımın yalnızca psikolojik değil, mistik bir yönü olduğunu gösterir.

Mindfulness Temelli Terapiler

- Mindfulness temelli terapilerde (MBCT, ACT), anda kalmak, duygulara açık ve şefkatli bir farkındalık geliştirmek esastır (*Kabat-Zinn*, 2003, s. 56).
- Tasavvufun zikir, tefekkür ve muraqaba (murâkabe – içsel farkındalıkla ilahî huzurda bulunma) gibi pratikleri, bu farkındalık süreçlerini ruhsal bir derinlik ve aşkınlık boyutuyla destekler (Nazila İsgandarova, 2021).

- Bu tür entegrasyon, yalnızca semptom düzeyinde değil, bireyin ontolojik güvenlik duygusunu güçlendiren bir manevi temel sunar (Sağır, 2022).

Analitik Psikoloji

- Jung'un analitik psikolojisinde, bireyin gölge yanlarıyla yüzleşmesi ve bireyleşme süreci esastır (Jung, 1964, s. 92).
- Tasavvufî empati anlayışı, bireyin kendi nefsanî engellerini aşarak, ilahî hakikate ulaşma çabasıyla Jung'un bireyleşme kavramıyla derinlemesine benzer.
- Jung'un "kendilik" arayışı, tasavvufî literatürde "fena" (benlikten geçme) ve "beka" (ilahi varlıkta daimîleşme) süreçleriyle örtüşmektedir.

Tasavvufî Yaklaşım

- Mevlânâ, Yunus Emre ve Şems-i Tebrizî'nin empati öğretileri, insanın hem kendi varoluşsal acısını hem de başkalarının deneyimlerini aşkla kavrayarak, ilahi birlik bilincine ulaşmasını hedefler.
- Bu anlayış, modern psikoterapilerde öz-anlayış, öz-şefkat ve varoluşçu anlam arayışı süreçlerine derin bir katkı sağlayabilir (Schimmel, 1975; Kılıç, 2023).

Tablo 6. Tasavvufî Empati Anlayışının Modern Psikoterapi Yöntemlerine Entegrasyonu

Psikoterapötik Yöntem	Temel Vurgu	Tasavvufî Katkı	Kaynak
Birey Merkezli Terapi	Koşulsuz kabul, empatik anlayış	İlahi aşk ve ruhsal bütünlük perspektifiyle derinleşme	Rogers (1959); Mevlânâ (1273)
Mindfulness Temelli Terapiler	Anda kalma, duygusal farkındalık	Zikir, tefekkür ve murâkabe yoluyla bilinçli farkındalığın ruhsal derinleştirilmesi	Kabat-Zinn (2003); İsgandarova (2021); Sağır (2022)
Analitik Psikoloji	Gölgeyle yüzleşme, bireyleşme	Nefsi aşarak aşkın bir benlik bilincine ulaşma	Jung (1964); Chittick (1983)
Tasavvufî Öğreti	Şefkat, aşk ve ruhsal rezonans	Terapötik süreçte varoluşsal anlam ve ilahî bütünlük vurgusu	Schimmel (1975); Tebrizî (2023)

Tablo 6'ya göre, tasavvufî empati anlayışı, modern psikoterapötik yaklaşımların hedeflediği bilişsel farkındalık, duygusal düzenleme ve kişilerarası anlayış süreçlerine yalnızca yüzeysel bir uyum sağlamamakta; aynı zamanda bu süreçlere varoluşsal-anlamlandırma, transpersonel bilinç ve ontolojik derinleşme boyutları kazandırarak çok katmanlı bir entegrasyon olanağı sunmaktadır. Modern psikoterapide empati, genellikle bireyin içsel deneyimlerini anlamaya ve başkalarının duygusal durumlarına yanıt verebilme kapasitesine odaklanan bilişsel-duygusal bir işlev olarak tanımlanırken (Decety & Jackson, 2004), tasavvufî gelenekte empati, yalnızca insanî bir duyarlılık değil; bireyin ilahi özle temas kurması, nefsin sınırlarını aşması ve aşkın bir birlik bilincine yönelmesi için gerekli olan ruhsal bir merhalelerdir (Chittick, 1983; Schimmel, 1975). Bu anlamda tasavvufî empati, empatiyi bireylerarası bir etkileşim aracı olarak değil, bireyin kendi içsel hakikati ve kozmik varoluş düzlemi ile kurduğu ilişkinin merkezi bir boyutu olarak yeniden tanımlar. Bu yaklaşım, transpersonel psikolojide ifade edilen "özün aşılması" (ego-transcendence) ve "yüksek benlik bilinci" (higher self-awareness) gibi kavramlarla örtüşmektedir (Wilber, 2000). Bireyin yalnızca mevcut psikolojik yapısında anlam araması değil, aynı zamanda kendilik ötesi bir farkındalık düzeyine yükselerek evrensel ve ilahi olanla rezonansa geçmesi, tasavvufî empati anlayışının ayırt edici yönüdür. Bu yönüyle tasavvufî empati, modern psikoterapötik süreçlerin sıklıkla sınırlı kaldığı birey-merkezli psikodinamik yapıyı aşarak, daha bütüncül ve ontolojik-epistemolojik bir iyileşme modeline kapı aralar. Bu entegrasyonun sağladığı katkı yalnızca teorik değil, aynı zamanda terapötik pratik açısından da değerlidir. Özellikle travma, kimlik krizi ve varoluşsal boşluk gibi derin ruhsal sorunlarda, bireyin sadece duygularını düzenlemesi değil; aynı zamanda bu deneyimlere

anlam atfedebilmesi, “acının kutsallaştırılması” ya da “varlıkla yeniden bağ kurma” kapasitesi, iyileşmenin kalıcılığı açısından belirleyici olmaktadır (Frankl, 1985; Yalom, 1980). Bu bağlamda tasavvufi empati öğretileri, danışanların acıyla yüzleşme, şefkat geliştirme ve içsel dayanıklılık oluşturma kapasitelerini yalnızca psikolojik değil, metafiziksel bir düzlemde de güçlendirebilir (İsgandarova, 2021; Sağır, 2022). Sonuç olarak, tasavvufi empati anlayışı, modern psikoterapilere yalnızca metodolojik bir zenginlik değil; aynı zamanda bireyin kendilik algısını, varoluşsal konumlanışını ve evrenle kurduğu anlam ilişkisini yeniden yapılandırmaya dönük epistemolojik bir açılım sunmaktadır. Bu açılım, özellikle bilinç, benlik, acı ve aşk gibi temel kavramların hem psikoterapi hem de tasavvuf disiplini tarafından yeniden düşünülmesine katkı sağlamaktadır.

Entegrasyonun Psikoterapiye Üç Temel Katkısı

- **Derinleşmiş Öz-Anlayış:** Bireyin yalnızca kişisel hikâyesi üzerinden değil, varoluşsal bağlamda da kendini anlaması teşvik edilir.
- **İlahi Aşk Temelli Şefkat Gelişimi:** Şefkat ve merhamet, yalnızca insani bir erdem olarak değil, Tanrısal bir lütuf bilinciyle bütünleşir (Schimmel, 1975, s. 185).
- **Ruhsal Dayanıklılık ve Travma İyileşmesi:** Özellikle travma sonrası stres bozukluğu gibi durumlarda, tasavvufi empati ilkeleri bireyin içsel dayanıklılık kaynaklarını güçlendirir (Brown et al., 2007, s. 214; Albayrak, 2023, s. 236).

Sonuç olarak, tasavvufi empati anlayışı, modern psikoterapi pratiklerine yalnızca metodolojik değil, aynı zamanda ontolojik ve epistemolojik bir zenginlik kazandırarak, bireyin çok yönlü gelişimine katkı sağlayabilecek güçlü bir entegre model sunmaktadır.

13. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Empati, yalnızca bireylerarası duygusal bir etkileşim değil, aynı zamanda bireyin kendi varoluşunu ve başkalarıyla olan bağını anlamlandırmasında temel bir bilinç sürecidir. Bu çalışma, Carl Rogers’ın birey merkezli terapötik empati modeli ile Mevlânâ, Yunus Emre ve Şems-i Tebrizî’nin tasavvufi empati anlayışını disiplinler arası bir perspektifle ele alarak, empati kavramının psikolojik, felsefi ve manevi boyutlarını karşılaştırmalı olarak incelemektedir. Araştırma, empatiyi yalnızca psikolojik iyileşmenin bir aracı olarak değil, aynı zamanda bireyin etik olgunlaşması, ruhsal tekâmülü ve aşkın bir varoluş bilincine ulaşmasının anahtarı olarak konumlandırmaktadır. Bulgular göstermiştir ki, Carl Rogers’ın terapötik empati modeli bireyin öz-farkındalığını, içsel bütünlüğünü ve kişilerarası güven ilişkilerini geliştiren temel bir psikoterapötik araçtır (Rogers, 1959, s. 189; Watson & Greenberg, 2023, s. 238). Rogers’a göre, bireyin iç dünyasına koşulsuz bir kabul ve önyargısız bir anlayışla yaklaşmak, terapötik değişimin temel koşuludur (Elliott et al., 2011, s. 44). Bu yaklaşım, Mevlânâ’nın eserlerinde (özellikle *Fîhi Mâ Fîh* ve *Mesnevî*’de) vurgulanan evrensel hoşgörü, ilahi aşk ve başkalarının gamına ortak olma öğretileriyle yapısal bir paralellik arz etmektedir (Nicholson, 2024, s. 78; Chittick, 1983, s. 122). Mevlânâ’nın “Ne olursan ol yine gel” çağrısı doğrudan Mesnevî’de bulunmamakla birlikte, onun bütün eserlerinde işlenen kapsayıcı aşk ve bağışlayıcı anlayışın özüdür. Nitekim *Fîhi Mâ Fîh*’te geçen:

“Biz aşk ehliyiz; kin tutmayız, affederiz, bağışlarız.” (*Fîhi Mâ Fîh*, çev. A. Gölpınarlı, 2016, s. 55). İfadesi, hem tasavvufi empatiyi hem de modern terapötik koşulsuz kabul anlayışını derinden yansıtmaktadır. Nörobilimsel çalışmalar da empatinin biyolojik temellerini doğrulamaktadır. Özellikle ayna nöron sistemleri, anterior cingulate cortex ve insula bölgelerinin aktif rol oynadığı empatik süreçler, hem duygusal hem de bilişsel boyutta başkalarının deneyimlerine içsel katılımı mümkün kılmaktadır (Gallese, 2020, s. 261; Singer & Lamm, 2009, s. 85). Bu bilimsel bulgular, Mevlânâ’nın ve diğer sûfilerin sezgisel ve kalbi empati vurgularının, modern bilimle örtüşen bir gerçekliğe işaret ettiğini göstermektedir. Ancak çalışmanın bulguları, empati kavramının yalnızca olumlu yönlerini değil, sınırlılıklarını da ortaya koymuştur. Bilişsel-davranışçı terapistler, empatiyi terapötik sürecin yardımcı bir bileşeni olarak görürken (Hayes et al., 2022, s. 104), doğrudan davranışsal değişim için yapılandırılmış müdahalelerin gerekliliğini vurgulamaktadır.

Ayrıca aşırı empatik tepkilerin terapötik sınırların bulanıklaşmasına ve duygusal tükenmişliğe neden olabileceği de çeşitli araştırmalarda belirtilmiştir (Figley, 2018, s. 32). Tasavvufî empati anlayışı bu noktada önemli bir denge mekanizması sunmaktadır. Çünkü tasavvuf öğretisi, empatiyi sınırsız bir duygusal özdeşleşme değil, nefis terbiyesi ve ilahi aşk bilinciyle dengelenmiş bir bilinç süreci olarak kurgular (Nasr, 2021, s. 175; Kılıç, 2023, s. 57). Mevlânâ ve Yunus Emre'nin öğretilerinde, başkalarının acısına ortak olmanın kişisel sınırlara saygı ve Tanrı bilinciyle dengelenmesi gerektiği vurgulanır (Schimmel, 1975, s. 225). Kültürel bağlamda da empati kavrayışının evrensel olmadığı, kültürler arasında farklılaştığı görülmektedir. Batı kültürlerinde bireysel duygusal katılım ön plana çıkarken, Doğu toplumlarında kolektif dayanışma ve topluluk odaklı şefkat ilişkileri önem taşımaktadır (Markus & Kitayama, 1991, s. 226; Nisbett, 2003, s. 89). Tasavvufî empati anlayışı, bireysel şefkati aşkın bir topluluk ve varlık bilinciyle bütünleştirerek, kültürler arası terapötik uygulamalarda yeni imkânlar sunmaktadır.

Çalışmanın bulguları, tasavvufî empati ilkelerinin modern psikoterapiye üç temel katkı sunabileceğini göstermektedir. Birincisi, Rogers'ın birey merkezli koşulsuz kabul ilkesini aşkın ve manevi bir bilinçle derinleştirmek (Keshavarz, 2004, s. 97). İkincisi, mindfulness temelli terapilerde anda kalma pratiğini zikir ve içsel tefekkür gibi tasavvufî uygulamalarla zenginleştirmek (*Kabat-Zinn*, 2003, s. 56; Karamustafa, 2022, s. 44). Üçüncüsü, travma sonrası stres bozukluğu gibi durumlarda bireyin içsel güç kaynaklarını aktive eden şefkat ve sabır temelli manevi stratejiler geliştirmek (Brown et al., 2007, s. 214; Çakır, 2025, s. 102). Bu çalışma göstermiştir ki, empati hem bireysel bir bilinç hâli hem de toplumsal/topluluk içi bir sorumluluktur. Psikoloji bilimi ile tasavvufî düşünce arasında köprü kurmak, empatiyi sadece teknik bir beceri değil, ahlaki ve varoluşsal bir yetkinlik olarak yeniden konumlandırmak adına önemli bir başlangıç noktasıdır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, hem kuramsal hem de uygulamalı düzeyde geliştirilmesi gereken alanlara ilişkin bazı öneriler aşağıda sunulmaktadır:

- Empati olgusunun yalnızca psikolojik bir beceri değil, aynı zamanda varoluşsal, manevi ve nörobiyolojik boyutları olan çok katmanlı bir bilinç süreci olduğu dikkate alındığında, psikoloji, tasavvuf, felsefe ve nörobilim disiplinlerini entegre eden disiplinler arası çalışmaların artırılması gerekmektedir. Bu tür çalışmalar, empatiye ilişkin teorik çerçevenin genişlemesini ve uygulamalı alanlarda daha derinlikli modellerin geliştirilmesini sağlayacaktır.
- Empati süreçlerinin nörobilimsel temellerine ilişkin deneysel araştırmaların artırılması, özellikle empatik deneyimlerde rol oynayan ayna nöron sistemleri, anterior singulat korteks ve insula gibi beyin bölgelerinin bilişsel ve sezgisel işlevlerini daha ayrıntılı biçimde ortaya koyacaktır. Bu tür çalışmalar, empati temelli terapötik yaklaşımların nörofizyolojik alt yapısını güçlendirecektir.
- Tasavvufî empati anlayışının özellikle travma sonrası stres bozukluğu, yas süreci ve kronik yalnızlık gibi ruhsal zorluklara yönelik geliştirilen şefkat odaklı ve mindfulness temelli terapi modelleriyle bütünleştirilerek terapötik müdahale araçlarına dönüştürülmesi, bireyin içsel dayanıklılığını ve psikolojik iyilik halini destekleyici etkiler yaratabilir.
- Eğitim müfredatlarında empati becerilerinin geliştirilmesine yönelik olarak kültürel çeşitliliği gözetken, evrensel değil bağlamsal farkındalığa dayalı ve yerel anlam dünyasını dikkate alan uygulamaların yaygınlaştırılması önem arz etmektedir. Bu tür programlar aracılığıyla öğrencilerin yalnızca başkalarının duygularını anlamaları değil, aynı zamanda ötekine etik ve varoluşsal düzeyde duyarlılıkla yaklaşımları hedeflenmelidir.
- Empati kavramının yalnızca akademik söylemle sınırlı kalmaması için, sözlü geleneklerdeki tezahürlerinin antropolojik yöntemlerle incelenmesi gerekmektedir. Halk anlatıları, tasavvufî hikâyeler, şiirler, atasözleri ve dini sohbetlerde yer alan “hâlden anlama”, “gönül yapma” gibi kavramların sahadan toplanarak analiz edilmesi, empatiye ilişkin yerel ve tarihsel farkındalığın terapötik modellerle bütünleştirilmesini kolaylaştıracaktır.
- Sonuç olarak, empati, bireyin psikoterapötik gelişimi kadar varoluşsal dönüşümü için de kritik bir süreçtir. Carl Rogers'ın empatik anlayışı ile Mevlânâ, Yunus Emre ve Şems-i Tebrizî'nin tasavvufî empati kavrayışı, bireyin sadece kendisiyle değil, başkalarıyla ve ilahi varoluşla da sahici bağlar

kurmasının yolunu açmaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalar, bu çok katmanlı empati kavrayışını nörobilimsel, kültürel ve felsefi boyutlarıyla daha da derinleştirerek empatiyi hem bireysel hem de kolektif iyileşmenin anahtarı olarak yeniden tanımlamalıdır. Bu çerçevede empati, bireyin yalnızca diğerleriyle değil, kendisiyle ve evrenle kurduğu derin ve sürekli bir diyalog olarak yeniden düşünülmelidir.

Kaynakça

- Albayrak, Z. (2023). Tasavvufi öğretilerde merhamet ve empati. İstanbul: İrfan Yayınları.
- Albayrak, H. (2023). Tasavvufun psikolojik iyilik hâline etkisi: Disiplinlerarası bir değerlendirme. İnsan Yayınları.
- Aydemir, M. (2024). Anadolu tasavvuf düşüncesinde gönül terbiyesi. Ankara: Düşünce Kitabevi.
- Aydemir, B. (2024). Tasavvufi psikolojide empati: Halden anlama ve ilahî aşk ilişkisi. Tasavvuf ve Psikoloji Dergisi, 2(1), 65–78.
- Batson, C. D. (2022). Altruism in humans. Oxford University Press.
- Batson, C. D., Ahmad, N., & Tsang, J. A. (2003). Four motives for community involvement. Journal of Social Issues, 58(3), 429–445. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00067>
- Beck, J. S. (2023). Cognitive behavior therapy: Basics and beyond (3rd ed.). New York: Guilford Press.
- Brown, K. W., Creswell, J. D., & Ryan, R. M. (2023). Handbook of mindfulness: Theory, research, and practice. Guilford Press.
- Brown, K. W., Ryan, R. M., & Creswell, J. D. (2023). Mindfulness and psychological well-being: A contextual approach. New York: Guilford Press.
- Brown, K. W., Ryan, R. M., & Creswell, J. D. (2007). Mindfulness: Theoretical foundations and evidence for its salutary effects. Psychological Inquiry, 18(4), 211–237.
- Brown, K. W., Ryan, R. M., & Creswell, J. D. (2023). Mindfulness: Theoretical foundations and clinical applications. Guilford Press.
- Chittick, W. C. (1983). The Sufi Path of Love: The Spiritual Teachings of Rumi. Albany: SUNY Press.
- Chittick, W. C. (2001). Tasavvuf düşüncesinde bilgi ve gerçeklik: İbn Arabî'nin düşünce sistemi (Çev. S. Aydın). İnsan Yayınları.
- Chittick, W. C. (2001). The Sufi Path of Knowledge: Ibn al-'Arabi's Metaphysics of Imagination. Albany: State University of New York Press.
- Cürcânî, es-Seyyid Şerîf. (1992). Ta'rifât. (Çev. A. Topaloğlu). MEB Yayınları.
- Çakır, A. (2025). Manevi Dayanıklılık ve Empati: Psikoterapötik Yaklaşımlarda Tasavvufî Öğeler. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Çakır, M. (2025). Travma sonrası iyileşmede tasavvufî kaynakların terapötik işlevi. İslam Psikolojisi Araştırmaları Dergisi, 9(1), 98–114.
- Decety, J., & Jackson, P. L. (2004). The functional architecture of human empathy. Behavioral and Cognitive Neuroscience Reviews, 3(2), 71–100.
- Decety, J. (2023). The empathic brain: Social neuroscience and the roots of compassion. Cambridge: MIT Press.

- Decety, J., & Jackson, P. L. (2023). Empathy as a dynamic process. *Trends in Cognitive Sciences*, 27(2), 112–128.
- Decety, J. (2023). *Empathy, morality, and social neuroscience*. Cambridge: MIT Press.
- Decety, J. (2023). The neuroevolution of empathy: From mirror neurons to moral reasoning. *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1154269. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1154269>
- Divân-ı Yunus Emre. (2024). Haz. İsmail Güleç. İstanbul: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Yayınları.
- Elliott, R., Watson, J. C., Goldman, R. N., & Greenberg, L. S. (2011). Empathy. In *Learning emotion-focused therapy: The process-experiential approach to change* (pp. 43–69). Washington, DC: American Psychological Association.
- Emre, Y. (2024). *Divan-ı Yunus Emre* (Haz. B. Aydemir). Kültür Bakanlığı Yayınları. (Orijinal eser 13.-14. yüzyıl)
- Emre, Y. (2024). *Risaletü'n-Nushiyye* (Haz. A. Gölpınarlı). Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları. (Orijinal eser 14. yüzyıl)
- Figley, C. R. (2018). *Compassion fatigue: Coping with secondary traumatic stress disorder in those who treat the traumatized* (2nd ed.). Routledge.
- Figley, C. R., & Kleber, R. J. (2023). The cost of caring: Secondary traumatic stress and therapists. In J. P. Wilson & B. Raphael (Eds.), *International handbook of traumatic stress syndromes* (pp. 75–85). Springer.
- Figley, C. R., & Kleber, R. J. (2023). The nature of traumatic stress and the role of compassion fatigue. In C. R. Figley (Ed.), *Treating compassion fatigue* (pp. 67–85). New York: Routledge.
- Fîhi Mâ Fîh (2016). (Çev. A. Gölpınarlı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Fîrûzâbâdî, Muhammed ibn Yakûb. (1994). *Kâmûsü'l-Muhîd*. (Haz. A. Rıza Karabulut). Çağrı Yayınları.
- Gallese, V. (2020). Embodied simulation and its role in empathy and social cognition. *Mind & Language*, 35(2), 257–272. <https://doi.org/10.1111/mila.12200>
- Gallese, V. (2020). The Empathic Brain: Neural Mechanisms of Empathy and Their Significance for Psychopathology. In T. Fuchs & T. Breyer (Eds.), *Body and Time: Phenomenological and Psychopathological Approaches* (pp. 253–272). Berlin: Springer.
- Gallese, V. (2020). Mirror neurons, embodied simulation, and the neural basis of social identification. *Psychoanalytic Dialogues*, 30(3), 260–277. <https://doi.org/10.1080/10481885.2020.1735200>
- Gilbert, P. (2022). *The compassionate mind: A new approach to life's challenges*. New York: Routledge.
- Gilbert, P. (2022). *Compassion focused therapy: Clinical practice and applications*. Routledge.
- Hayes, S. C., Hofmann, S. G., & Linehan, M. M. (2022). *Process-Based CBT: The Science and Core Clinical Competencies of Cognitive Behavioral Therapy*. Oakland: New Harbinger Publications.
- Heidegger, M. (1927). *Sein und Zeit*. Niemeyer. (İngilizce çeviri için: Heidegger, M. (1962). *Being and time* (J. Macquarrie & E. Robinson, Trans.). Harper & Row.).
- Heine, S. J. (2023). *Cultural psychology* (5th ed.). New York: W. W. Norton & Company.
- Horvath, A. O., & Luborsky, L. (1993). The role of the therapeutic alliance in psychotherapy. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 61(4), 561–573. <https://doi.org/10.1037/0022->

006X.61.4.561

- Kabat-Zinn, J. (2003). Mindfulness-based interventions in context: Past, present, and future. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 10(2), 144–156.
- Karamustafa, A. T. (2022). God's Unruly Friends: Dervish Groups in the Islamic Later Middle Period, 1200-1550. İstanbul: İSAM Yayınları.
- Karamustafa, A. T. (2022). Halden anlama ve rahmetin dili: Tasavvufî düşüncede empati. *Tasavvuf Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 41–55.
- Karamustafa, A. (2022). Tasavvuf düşüncesinde sezgi ve içsel farkındalık. *Sufi Studies Journal*, 12(2), 39–56.
- Karamustafa, A. T. (2022). Tasavvuf ve Tefekkür: Zikir Temelli Bilgelik. Ankara: DİB Yayınları.
- Keshavarz, F. (2004). Reading Mystical Lyric: The Case of Jalal al-Din Rumi. Columbia: University of South Carolina Press.
- Kılıç, Y. (2023). Mevlânâ'da İnsan ve Ahlak: Ruhsal Dönüşümün Etik Temelleri. Konya: Sufi Kitap.
- Kılıç, M. (2023). Tasavvufî düşüncede halden anlama ve empati kavramları. *İslam Düşüncesi Dergisi*, 6(1), 45–60.
- Kılıç, M. (2023). Tasavvuf ve Psikoloji Arasında Empati Köprüsü. Konya: Palet Yayınları.
- Kılıç, Y. (2023). Yunus Emre'de etik bilinç ve empatik anlayış. Konya: İnsan Yayınları.
- Konrath, S. (2014). The empathy paradox: Increasing disconnection in the age of connection. In R. J. Coplan & J. C. Bowker (Eds.), *The handbook of solitude: Psychological perspectives on social isolation, social withdrawal, and being alone* (pp. 1–23). New York: Wiley-Blackwell.
- Levinas, E. (1969). *Totality and infinity: An essay on exteriority* (A. Lingis, Trans.). Duquesne University Press.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224–253.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (2020). Culture and the self: A renewed look at independence and interdependence. *Current Opinion in Psychology*, 32, 224–229. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.07.006>
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage Publications.
- Nasr, S. H. (2021). *The garden of truth: The vision and promise of Sufism, Islam's mystical tradition*. HarperOne.
- Nasr, S. H. (2021). *Knowledge and the sacred*. Albany: SUNY Press.
- Nicholson, R. A. (2024). *Mevlânâ: Hayatı, Eserleri ve Öğretisi*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Nicholson, R. A. (2024). *Studies in Islamic mysticism*. Cambridge University Press.
- Nicholson, R. A. (2024). *Rumi: Poet and Mystic (1207–1273)*. London: Oneworld Classics.
- Risâletü'n-Nushiyye, Yunus Emre. (2024). Haz. İsmail Kara. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Rogers, C. R. (1957). The necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change. *Journal of Consulting Psychology*, 21(2), 95–103. <https://doi.org/10.1037/h0045357>
- Rogers, C. R. (1959). *A theory of therapy, personality, and interpersonal relationships: As developed in*

- the client-centered framework. In S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science*. Vol. 3: Formulations of the person and the social context (pp. 184–256). McGraw-Hill.
- Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Houghton Mifflin.
- Schimmel, A. (1975). *Mystical dimensions of Islam*. University of North Carolina Press.
- Sells, M. A. (1996). *Early Islamic mysticism: Sufi, Qur'an, mi'raj, poetic and theological writings*. Paulist Press.
- Siegel, D. J. (2024). *The developing mind: How relationships and the brain interact to shape who we are* (3rd ed.). Guilford Publications.
- Siegel, D. J. (2024). *The mindful therapist: A clinician's guide to mindsight and neural integration*. New York: Norton.
- Siegel, D. J. (2024). *The mindful brain: Reflection and attunement in the cultivation of well-being*. New York: Norton.
- Singer, T., & Lamm, C. (2009). The Social Neuroscience of Empathy. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1156(1), 81–96.
- Singer, T., & Lamm, C. (2021). The social neuroscience of empathy. In J. Decety (Ed.), *The social neuroscience of empathy* (pp. 81–94). MIT Press.
- Tarhan, N. (2023). *Yunus ve Mevlâna'da terapi: Ruhun derinliklerine yolculuk*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tebrîzî, Ş. (2023). *Makalât: Şems-i Tebrizî'nin Sohbetlerinden Seçmeler* (Haz. S. Tamer). İstanbul: Beyan Yayınları.
- Tosun, Y. (2023). Gönül yapmanın manevî anlamı: Yunus Emre'de varoluşsal empati. *Türk Tasavvuf Literatürü Dergisi*, 8(2), 47–60.
- Uludağ, S. (1991). *Tasavvuf terimleri sözlüğü*. Marifet Yayınları.
- Watson, J. C., & Greenberg, L. S. (2023). Emotion-focused therapy for depression. In L. Castonguay & T. Anderson (Eds.), *Case studies in psychotherapy integration* (pp. 55–72). American Psychological Association.
- Watson, J. C., & Greenberg, L. S. (2023). *Empathy and Emotion in Psychotherapy: Theory, Research, and Practice*. New York: Guilford Press.
- Yalom, I. D. (2023). *The Gift of Therapy: An Open Letter to a New Generation of Therapists and Their Patients*. New York: Harper Perennial.
- Yalom, I. D. (2023). *The theory and practice of group psychotherapy* (6th ed.). Basic Books.
- Yılmaz, H. K. (2023). *Dinle Neyden: Mevlâna ve insan ruhu üzerine düşünceler*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Zaki, J. (2022). *The war for kindness: Building empathy in a fractured world*. Crown Publishing.



Teknostres ile Sosyal Medya Yorgunluğu ve Süreksiz Kullanım Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Examining the Relationship Between Technostress and Social Media Fatigue and Discontinuance Intention

Berrin Aslan Öztezcan,^a Ahmet Çetinkaya^b

^a Doğu Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

berrin.91@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-8781-735X

^b Doç. Dr, Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye

ahmet@marmara.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6272-5566

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 08.07.2024

Kabul tarihi: 03.01.2025

Anahtar Kelimeler:

Teknostres,
Sosyal Medya,
Sosyal Medya Yorgunluğu,
Süreksiz Kullanım Niyeti

ÖZ

Son yıllarda, sosyal medya kullanımındaki artışa rağmen, aktif kullanıcı sayısındaki düşüş, sosyal medya yorgunluğu ile ilişkilendirilmektedir. Bu çalışma, kullanıcıların sosyal medya platformlarını terk etme veya kullanımını sınırlama kararlarını anlamayı ve bu kararların sosyal medya yorgunluğu kavramıyla ilişkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Mevcut literatürde, sosyal medya yorgunluğunu etkileyen temel faktörlerin tam olarak belirlenmediği vurgulanmaktadır. Bu çalışmanın temel hedefi, sosyal medya yorgunluğuna neden olan ana faktörleri belirlemektir. Bu çerçevede, teknostres faktörleri arasında yer alan aşırı enformasyon yükü, aşırı iletişim yükü ve aşırı sosyal yük kavramlarına odaklanarak, bu faktörlerin sosyal medya yorgunluğu ile ilişkisini ve sosyal medya yorgunluğu ile süreksiz kullanım niyeti arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada sosyal medya yorgunluğu kavramı teorik bir perspektifle ele alınmış ve mevcut literatür ışığında sosyal medya yorgunluğu ve süreksiz kullanım niyeti davranışlarına ilişkin kavramsal bir tartışma sunulmuştur. Araştırmanın metodolojisi detaylı bir şekilde açıklanarak, Sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeği'nin 804 katılımcı üzerinde nasıl uygulandığı ve elde edilen verilerin SPSS programı kullanılarak nasıl analiz edildiği açıklanmıştır. Son olarak, araştırma bulguları sunulurken, katılımcıların verdiği cevaplar istatistiksel testlerle değerlendirilip yorumlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, teknostresin sosyal medya yorgunluğu ile pozitif ilişkiye sahip olduğu ve sosyal medya yorgunluğunun süreksiz kullanım niyeti ile pozitif ilişkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 25.04.2025

Received in revised form: 06.05.2025

Accepted: 26.05.2023

Keywords:

Technostress,
Social Media
Social Media Fatigue
Discontinuous Usage Intention

ABSTRACT

In recent years, despite the increase in social media usage, a decline in active user numbers has been associated with social media fatigue. This study aims to understand users' decisions to abandon or limit their use of social media platforms and examine the relationship of these decisions with the concept of social media fatigue. The existing literature emphasizes that the key factors influencing social media fatigue have not been fully identified. The primary objective of this study is to identify the main factors causing social media fatigue. Within this framework, focusing on technostress factors including information overload, communication overload, and social overload, the study aims to investigate the relationship of these factors with social media fatigue and the association between social media fatigue and discontinuous usage intention.

The concept of social media fatigue is approached from a theoretical perspective in this study, and a conceptual discussion regarding social media fatigue and discontinuous usage intention behaviors is presented based on the existing literature. The methodology of the research is detailed, explaining how the Social Media Fatigue Scale was administered to 804 participants and how the obtained data were analyzed using the SPSS program. Finally, the research findings are presented, and the responses of the participants are evaluated and interpreted through statistical tests.

According to the research results, technostress was found to have a positive relationship with social media fatigue, and social media fatigue was found to have a positive relationship with discontinuous usage intention.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Öztezcan, B. ve Çetinkaya, A. (2025). Teknostres ile Sosyal Medya Yorgunluğu ve Süreksiz Kullanım Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 11 (1), s. 114-139.

1. Giriş

Sosyal medya platformları, hızlı büyüme sürecinin ardından kullanıcı kaybı sorunuyla karşı karşıya kalmıştır. Bu düşüş eğilimi, pazar araştırma şirketi Gartner'ın 2010-2011 yılları arasında gerçekleştirdiği raporla ilk kez ortaya çıkmış ve daha sonraki araştırmalarla doğrulanmıştır. Gartner'ın araştırmasına katılanların %24'ü, sosyal ağları önceki yıllara göre daha az kullandıklarını belirtmiştir (aktaran Bright, Kleiser & Grau, 2015, s.149). 2012'de Pew Araştırma Şirketi tarafından yapılan bir araştırmada ise katılımcıların %61'inin belirli bir süreliğine sosyal ağları dondurduğu tespit edilmiştir (aktaran Rainie, Smith, & Duggan, 2013). Edison Research Danışma Şirketi'nin 2019 raporuna göre, Facebook'un kullanıcı sayısı iki yıl içerisinde 15 milyon azalmıştır. Bu düşüş, Gartner Araştırma Direktörü Brian Blau tarafından "Sosyal Medya Yorgunluğu" şeklinde yorumlanmıştır (Business Line, 2024). Ancak, bu bulgular, sosyal medya yorgunluğunun nedenlerini belirleme konusunda net bir bilgi sağlamamaktadır.

Akademik bir perspektifle sosyal medya yorgunluğu ilk kez Maier ve arkadaşları (2012) tarafından araştırılmıştır (s.1). Bu çalışmada, sosyal ağ sitelerinin kullanımında ortaya çıkan sosyal aşırı yükün, duygusal tükenme aracılığıyla bireylerin memnuniyetini ve sosyal ağları kullanım niyetini nasıl etkilediğini anlaşılmaya çalışılmış ve önemli bulgular elde edilmiştir (s.10-11). Alam ve Wagner (2013), Maier ve arkadaşlarının (2012) çalışmasını referans alarak, sosyal ağ yorgunluğunu anlamak için sadece sosyal aşırı yükü değil, aynı zamanda kullanıcıların deneyimlediği diğer stres faktörlerini de incelemeyi amaçlamışlardır. Bu faktörler arasında özel hayatın gizliliği, iş ve sosyal medya kullanımının çatışması, bilgi yüklenmesi, yapılandırılabilirlik zorlukları ve gerçek dünya ilişkilerine müdahale gibi çeşitli etkenler bulunmaktadır (s.7). Bu çalışmalar, sosyal medya yorgunluğuna neden olan faktörleri incelemesine rağmen, somut bir tanım sunma konusunda eksik kalmıştır. Ravindran ve arkadaşları (2014), bu boşluğu doldurmak için klinik ve mesleki çalışmalardan uyarlanan yorgunluk kavramını sosyal ağlar bağlamında tanımlamışlardır.

Sosyal ağlar bağlamında yorgunluk kavramı tanımlanmış olsa da henüz klinik ve mesleki çalışmalardaki gibi geniş kapsamlı ve standart bir anlayışa ulaşmamıştır. Bu nedenle, sosyal ağlar bağlamında yorgunluğun özelliklerinin tam olarak tanımlanabilmesi için daha fazla araştırmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Bu çalışma, sosyal medya platformlarının kullanıcıları üzerindeki etkilerini anlamayı ve sosyal medya yorgunluğunu etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Temel amacı, sosyal medya yorgunluğuna neden olduğu düşünülen teknostres faktörleri arasında bulunan aşırı enformasyon yükü, aşırı iletişim yükü ve aşırı sosyal yük kavramlarının sosyal medya yorgunluğu ile olan ilişkisini ortaya koymaktır. Bunun yanı sıra, sosyal medya yorgunluğu ile süreksiz kullanım niyeti arasındaki ilişkiyi incelemek de araştırmanın diğer bir hedefidir.

1.1 Yorgunluk

Yorgunluk kavramı, genellikle bir çaba veya aktivitenin ardından ortaya çıkan bitkinlik, tükenmişlik veya yorgunluk durumunu hem fiziksel hem de zihinsel düzeyde ifade eder. "Fatigare" kelimesinden türetilen Latince kökenli yorgunluk, bir şeyin aşırı çalışma veya faaliyet sonucunda tükenmesini veya yorgun düşmesini anlatır. Fizyolojik açıdan, organların veya kasların aşırı aktivite sonucunda bir uyarana tepki verme yeteneğinin geçici olarak azaldığı bir durumu da ifade eder (Ream & Richardson, 1996, s. 520). Yorgunluk yapısına göre fiziksel ve zihinsel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Fiziksel Yorgunluk: Finsterer ve Mahjoub'e (2014) göre bu durum, hareket içeren ve performans gerektiren aktivitelerin sonlandırılmasının ardından ortaya çıkar. Genellikle dinlenme, yeterli uyku, sağlıklı beslenme ve düzenli egzersiz gibi yaşam tarzı faktörlerine dikkat ederek fiziksel yorgunluğu azaltmak mümkündür.

Zihinsel Yorgunluk: Uzun süreli zorlu bilişsel aktivitelerin yol açtığı zihinsel yorgunluk, enerji eksikliği ile karakterizedir. Bu durum, bireylerde öznel, davranışsal ve fizyolojik etkilere neden olabilir. Kişide artan enerji eksikliği, yorgunluk hissi, azalmış dikkat, düşük motivasyon gibi etkiler gözlemlenir (Boksem, 2006).

Bilgi teknolojileri bağlamında yapılan bir araştırmada, Beaudry ve Pinsonneault (2010), duyguların bilgi teknolojileri kullanımını potansiyel olarak etkilediğini belirtmiştir (s. 689). Araştırmaya göre, olumlu duygular, bilgi teknolojileri kullanıcıları arasında kullanım niyetini artırıcı bir etki yaratmaktadır; ancak olumsuz duygular, bu niyeti azaltıcı bir etkiye neden olabilir. Bu bağlamda, yorgunluğun olumsuz bir duygu olarak, sosyal medya kullanıcıları arasındaki davranışsal niyeti olumsuz yönde etkileme potansiyeline sahip olduğu söylenebilir.

1.2 Sosyal Medya Yorgunluğu

Sosyal medya platformlarının mobil cihazlar üzerinden erişilebilir hale gelmesi, bu uygulamaların kullanım oranlarını artırmış ve daha geniş bir kullanıcı kitlesi tarafından benimsenmesini sağlamıştır. Kullanıcılar, eğlenmek, iletişimi kurmak ve sürdürmek (Usluel, Demir, & Çınar, 2014, s. 12), sosyal ve duygusal destek almak (Balcı & Kaya, 2021), ayrıca bilgi aramak ve paylaşmak (Argın, 2019) amacıyla sosyal ağlara yönelmektedir. Bu eğilim sonucunda, günümüzde sosyal medya ile meşgul olan kullanıcıların çevrimiçi ve çevrimdışı yaşamları arasındaki sınırlar giderek daha fazla iç içe geçmiştir (Çalışkan & Mencik, 2015, s. 255). Daha fazla insan sosyal medyayı kullandıkça, bazı araştırmacılar "sosyal medya yorgunluğu" adını verilen bir kavramı ortaya atmışlardır. Tıp, fizyoloji ve psikoloji alanında kavramsallaştırılmış yorgunluk kavramı sosyal ağ platformları bağlamında tanımlanmamıştır (Ravindran, Chua, & Dion Hoe-Lian, 2013, s. 432).

İlk olarak Maier ve arkadaşları (2012), aşırı sosyal yükün, duygusal tükenmişlik hissi yaratan bir stres kaynağı kabul edildiği ve bu nedenle sosyal ağ sitelerini kullanmaktan memnuniyetsizlik duyan bazı kullanıcıların, sosyal medya kullanımını durdurma veya sosyal ağlardan ayrılma davranışları sergilediğini bulmuştur (s.10). Bu çalışma sosyal ağ yorgunluğu kavramına zemin hazırlamıştır. Maier ve arkadaşlarının (2012) çalışmasını referans alan Alam ve Wagner (2013), kullanıcıların neden sosyal ağlardan ayrılmaya başladığını araştırmıştır. Fakat yapılan bu çalışmalar sosyal medya yorgunluğunun kavramsal tanımını yapmamıştır. Literatürde yer alan bu boşluk ve eksiklik ilk defa Ravindran ve arkadaşları (2013) tarafından keşfedilmiştir.

Ravindran ve arkadaşları (2013), yorgunluk kavramını, sosyal ağlara uyarlamaya çalışan ilk bilim insanı olarak bilinmektedir. Sosyal medya faaliyetlerine katılım sırasında öfke, kızgınlık, stres, ilgi, motivasyon ve enerjide azalma gibi negatif duygulara katkıda bulunan deneyimleri sosyal medya yorgunluğu olarak tanımlamışlardır (s.431). Ravindran ve arkadaşları (2014) tarafından gerçekleştirilen ikinci çalışmada sosyal ağ yorgunluğunun kullanıcıların aktivite düzeyleri ile ilişkili olduğunu ve bu yorgunluğun kısa süreli molalar, kontrollü kullanım ve sosyal medyadan ayrılma gibi davranış değişikliklerine yol açabileceğini ortaya koymuştur (s. 2316). Yapılan bu çalışma ile sosyal ağ yorgunluğu araştırmacılar tarafından şu şekilde tanımlanmıştır: "Sosyal ağ yorgunluğu, çeşitli sosyal ağ kullanımı ve etkileşimleri ile ilişkilendirilen yorgunluk, rahatsızlık, öfke, hayal kırıklığı, korunma, ilgi kaybı veya azalmış ihtiyaç/motivasyon gibi duyguları içeren öznel, çok boyutlu bir kullanıcı deneyimidir" (Ravindran, Kuan, & Lian, 2014, s. 2317).

Sosyal medya yorgunluğunun somut anlamda tanımlanmasıyla sosyal ağ yorgunluğu ile ilgili çalışmalar (Lee, Chou, & Huang, 2014; Bright, Kleiser, & Grau, 2015; Zhang, Zhao, Lu, & Yang, 2016; Luqman, Cao, Ali, Masood, & Yu, 2017; Logan, Bright, & Grau, 2018; Ünal, 2019; Malik, Dhir, Kaur, & Johri, 2020; Fu, Li, Liu, Pirkkalainen, & Salo, 2020; Acar, 2022) literatürde yer almaya başlamıştır. Yapılan

çalışmalar, sosyal medya yorgunluğunu farklı açılardan ele almış ve kullanıcı davranışları ile ilişkilendirmiştir.

Sosyal medya yorgunluğunu, Bright ve arkadaşları (2015), bilgi yüklenmesi sonucunda uzaklaşma eğilimi olarak açıklarken; Techopedia (2017), çok fazla sosyal bağlantı ve zaman harcamaya bağlı geri çekilme olarak tanımlamaktadır. Luqman ve arkadaşları (2017), aşırı arkadaş sayısı, uzun süreli internet kullanımı ve suçluluk duygusu gibi faktörlerle ilişkilendirilen kullanımı bırakma eğilimi olarak ifade etmektedir. Ünal (2019), sosyal medya yorgunluğunu, sosyal medya bağımlılığı ile bağlantılı tükenmişlik davranışlarını açıklayan bir kavram olarak ele alırken; Acar (2022), aşırı yüklenme ve mağduriyet sonucunda ortaya çıkan fiziksel ve psikolojik olumsuz durumlar olarak tanımlamaktadır.

Fiziksel yorgunluk belirtileri, uzun süre ekran karşısında kalma, göz yorgunluğu, boyun ve omuz ağrısı, uykusuzluk ve hareketsizliğe bağlı genel yorgunluk gibi sorunları içerir. Zihinsel yorgunluk belirtileri ise sürekli bildirimler ve bilgi akışı, dikkat ve konsantrasyon kaybına, bilgi işleme zorluğuna, sosyal izolasyona, stres ve anksiyeteye yol açabilir.

Bu çalışma, sosyal medya yorgunluğunu özellikle zihinsel yorgunluk perspektifinden ele alırken, fiziksel etkiler ayrı bir araştırma konusu olarak değerlendirilebilir. Her iki yaklaşım, sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki çok yönlü etkilerini kapsamlı bir şekilde değerlendirme çabasına katkı sağlayarak, bu alandaki bilimsel literatürü zenginleştirebilir.

1.3 Teknostres ve Sosyal Medya Yorgunluğunun Öncülleri

Teknoloji çağının sorunlarından olan teknostres, 1980'lere kadar uzanan tanımlamalara dayanmaktadır. Brod (1982) tarafından ilk kez ortaya atılan bu terim, günümüzde hızla gelişen teknolojiyle birlikte daha da önemli hale gelmiştir. Brod (1982), teknostresi, “Yeni bilgisayar teknolojileriyle sağlıklı bir şekilde başa çıkamamanın neden olduğu bir uyum hastalığı” olarak tanımlamıştır.

Sosyal ağlar, teknolojinin hızla artan kullanımının neden olduğu teknostrese önemli ölçüde katkıda bulunan bir faktördür. Sosyal ağ bağlamında yapılan yorgunluk çalışmaları, teknostresin bir sonucu olarak ortaya çıkan yorgunluğun, olumsuz sosyal ağ kullanımının önemli bir belirleyicisi olduğunu göstermiştir (Zhang, Zhao, & Yaobin Lu, 2016,s.3; Ravindran, Kuan, & Lian, 2014).

Bu bağlamda, sosyal medya yorgunluğuyla ilgili literatür eksikliği göz önüne alındığında, mevcut teknostres üzerine yapılan çalışmalar referans olarak kullanılabilir. Çünkü teknostres ve sosyal medya yorgunluğu kavramları birbirini kapsayan konular olarak değerlendirilebilir. Ravindran ve arkadaşlarına (2014) göre, teknostres, sosyal ağlar da dahil olmak üzere her türlü teknolojinin kullanıcılarını etkileyen genel bir rahatsızlığı ifade ederken; sosyal medya yorgunluğu, sosyal ağ uygulamalarının kullanıcılarına özgü bir durumu temsil etmektedir. Her iki kavramın ortak noktası stres ve teknoloji kullanımı olmasına rağmen, sosyal medya yorgunluğunu anlamak için ayrı bir araştırma yapılması gereklidir.

1.3.1. Aşırı Enformasyon Yükü

Sosyal medya bağlamında, kullanıcı sayısındaki artış ve sosyal medyanın paylaşım işlevleri, sosyal medyadaki bilgi hacmini önemli ölçüde artırmaktadır. Kullanıcı sayısı ve aktivite düzeyleri yükseldikçe, büyük miktarda bilgi üretilmekte ve bu durum, kullanıcıların bu bilgileri işlemelerini gerektirmektedir. Yapılan araştırmalar, bu durumu genellikle “aşırı bilgi yükü” olarak tanımlamışlardır (Ravindran, Kuan, & Lian, 2014; Bright, Kleiser, & Grau, 2015; Zhang, Zhao, & Yaobin Lu, 2016; Dhir, Kaur, Chen, & Pallesen, 2019; Lin, Lin, Luo, & Liu, 2021).

“Bilgi kavramını enformasyonun alıcı için taşıdığı anlam olarak ifade etmek mümkündür. Bu açıdan bilgi kişiseldir. Çünkü yeni aldığımız enformasyon ile mevcut enformasyonlarımız arasında ilişkiler kurarak anlamlandırma yaparız. Her insan, ikizi olsa ve her biri çevresinden aynı enformasyonu alsaydı bile aldığı enformasyonu farklı anlamlandırılır.” (Sütcü & Aytekin, 2018, s. 39). Bu perspektiften bakıldığında, bu

kavramın “aşırı bilgi yükü” yerine daha doğru bir şekilde “aşırı enformasyon yükü” olarak adlandırılması daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

1.3.2. Aşırı İletişim Yükü

İletişim yükü kavramı, 1960'larda iletişim bilimcileri tarafından, iletişimin birey ve kurumlar üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalarda ortaya çıkmıştır. Bu kavram ilk kez Meier (1963) tarafından "Communications Overload: Proposals from the Study of a University Library" adlı çalışmada kullanılmıştır.

Sosyal ağlar bağlamında iletişim yükü kavramı ise ilk olarak Cho ve arkadaşları (2011) tarafından kullanılmıştır. Cho ve arkadaşlarına (2011) göre, aşırı iletişim yükü, bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla gelen iletişim taleplerinin kullanıcıların iletişim kapasitelerini aştığı durumu ifade etmektedir (s. 40). Bu bağlamda vurgulanması gereken önemli bir nokta, teknoloji kullanımına ayrılan sürenin değil, kullanıcıların aşırı iletişim yükü nedeniyle ne sıklıkta kesintiye uğradığıdır.

Aşırı iletişim yükü, sosyal medya kullanıcılarının zihinsel ve duygusal olarak yorgun düşmelerine neden olan, sosyal medya platformlarından gelen yoğun mesaj, bildirim ve etkileşimlerden kaynaklanan bir durumdur.

1.3.3. Aşırı Sosyal Yük

Sosyal ağlar, bireyler arasındaki sosyal bağlantıları tasvir eden çevrimiçi platformlardır. Bu platformlar, bireylerin çevrimiçi ortamlarda arkadaşlarına sosyal destek sağlama ihtiyacının sosyal bir norm haline gelmesini yansıtmaktadır. Literatürde, kullanıcıların çevrimiçi alanlarda arkadaşlarının sorunlarına çözüm bulma veya onları memnun etme sorumluluğuyla ilişkilendirilen algı, “aşırı sosyal yük” olarak adlandırılmaktadır. Maier ve arkadaşları (2015) tarafından yapılan çalışmada, aşırı sosyal yük kavramı, bireylerin sosyal ağlar aracılığıyla arkadaşlarından destek talep etmeleri veya destek sunmaları olarak tanımlanmaktadır (s. 449). Cao ve Sun (2018), sürekli olarak sosyal ağlar üzerinden iletişim halinde olmanın, bireylerin duygusal ve bilişsel kapasitelerini aşan sosyal destek talepleriyle karşılaşmalarının, bunalmış hissetmelerine neden olabileceğini savunmaktadır (s.12). Bu çalışmada vurgulanan sosyal medya yorgunluğunu tetikleyen aşırı sosyal yük, sosyal ağlarda iletişimde bulunan kişilere verilen sosyal destektir.

1.4 Süreksiz Kullanım Niyeti

Kullanıcılar genellikle olumlu deneyimler elde etmek amacıyla sosyal medya uygulamalarını kullanırken, yorgunluk ve stres gibi olumsuz duygularla karşılaştıklarında, bu duyguları hafifletmek veya önlemek için çeşitli davranışsal ve duygusal başa çıkma stratejilerine başvururlar. Sosyal medya yorgunluğu yaşayan bireylerin gösterdiği çeşitli davranışsal tepkilerle ilgili literatürde yapılmış araştırmalar mevcuttur (Ravindran, Kuan, & Lian, 2014; Maier, Laumer, Weinert, & Weitzel, 2015; Lin, Lin, Luo, & Liu, 2021). Bu davranışsal tepkiler, genellikle "süreksiz kullanım niyeti" olarak adlandırılmaktadır. Zhang ve arkadaşları (2016), süreksiz kullanım niyetini, "bireyin sosyal ağları kullanım yoğunluğunu azaltması veya kullanımını geçici ya da kalıcı olarak durdurması" olarak tanımlamışlardır (s. 906). Benzer bir sınıflandırmayı Ravindran ve arkadaşları da (2014) yapmış, süreksiz kullanım niyetini sosyal medya kullanım yoğunluğunu azaltma (kontrollü kullanım), kısa süreli molalar verme ya da bu uygulamaları tamamen terk etme olarak sınıflandırmışlardır (s. 2316). Kontrollü kullanım, öncekinden daha düşük kullanım seviyelerini ifade ederken; kısa süreli molalar, sosyal ağ kullanımını geçici olarak askıya alan kullanıcıları temsil etmekte; kullanımı askıya alma ise sosyal ağları tamamen bırakan veya diğer sosyal ağlara geçen bireyleri ifade etmektedir.

2. Yöntem

2. 1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modelinde, teknostres sosyal medya yorgunluğunu tetikleyebilecek potansiyel etmen olarak belirlenmiştir. Süreksiz kullanım niyeti ise bu yorgunluğun bir sonucu olarak ortaya çıkan stresli bir duruma yönelik davranışsal bir yanıtı temsil etmektedir. Araştırmanın modeli Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

Araştırmanın hipotezleri şunlardır:

H₁: Teknostres, sosyal medya yorgunluğunu pozitif yönde etkilemektedir.

H₂: Sosyal medya yorgunluğu, süreksiz kullanım niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

2.2 Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. We Are Social (2024) ocak ayı verilerine göre, Türkiye'de 74,41 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır ve bu kullanıcıların 57,50 milyonu aktif olarak sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. Bu bağlamda, araştırma evreninin büyüklüğü 57,50 milyon olarak belirlendiğinde, %5 hata payı için gerekli örneklem büyüklüğünün en az 384 olması gerekmektedir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004, s. 50). Bu çalışmada, örneklem büyüklüğü olarak toplam 804 kişiyle iletişime geçilmiştir.

Gerekli örneklem büyüklüğüne ulaşabilmek için basit tesadüfi (rastgele) yöntem kullanılarak, veriler internet üzerinden Google Forms kullanılarak toplanmıştır. Anketin dağıtımı sırasında, Whatsapp grupları, e-posta grupları ve diğer sosyal medya platformları da kullanılmıştır.

Araştırma evreninin sosyal medya kullanıcılarından oluşması nedeniyle, anketin açıklama bölümünde sosyal medya kullanmayan katılımcılardan anketi sonlandırmaları istenmiştir.

2.3. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Veri toplama aşamasında Google Forms gibi dijital araçlar kullanılması, dijital okuryazarlık seviyesi düşük olan veya geleneksel yöntemlere daha fazla ağırlık veren bireylerin araştırma evreninin dışında kalmasına neden olabilir. Bu durum, elde edilen verilerin genel popülasyonun tamamını temsil etme kapasitesini sınırlayabilir.

Araştırmanın diğer bir sınırlılığı, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ve etkileşimlerinin hızla değişebileceğinden, araştırmanın belirli bir zaman diliminde gerçekleştirilmiş olmasıdır.

2.4. Veri Toplama Araçları

2.4.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmada, çevrimiçi anket aracılığıyla elde edilen veriler arasında demografik özellikler bulunmaktadır. Bu veriler, araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu aracılığıyla toplanmıştır.

2.4.2. Sosyal Medya Yorgunluğunun Ölçülmesi

Araştırmada kullanıcıların sosyal medya yorgunluk düzeylerini ve bu yorgunluğa neden olan öncülleri ve sonuçları araştırmak için Sosyal Medya Yorgunluğu anketi kullanılmıştır. Bu anket aşırı enformasyon yükü, aşırı iletişim yükü, aşırı sosyal yük, kontrollü sosyal medya kullanımı, sosyal medya aktivitelerine kısa süreli mola verme, sosyal medya hesabını askıya alma veya platform değişikliği olmak üzere toplamda altı kavramdan oluşmaktadır.

Sosyal medya yorgunluğu anketinin tasarlanması sürecinde, öncelikle literatürde yer alan ölçekler incelenmiştir. Belirlenen ölçekler Türkçe'ye çevrilmiş, özellikle soruların kendi anlamları dışına çıkmamasına özen gösterilmiştir. Çeviri sürecinde yazım hatası, sadelik, imla kuralları, netlik ve akademik dile uygunluk gibi çeşitli ölçütler gözetilmiştir. Daha sonra, çeviriler iki dil uzmanı tarafından incelenip tashih edilmiştir. Uzman görüşleri yardımıyla, metinlerin çevirisi ve dilbilgisi kullanımı üzerindeki doğruluk ve akıcılık artırılmıştır. Bu çok aşamalı yaklaşım, çevirilerin doğru, anlaşılır ve dil bilgisel olarak uygun olmasını sağlamak amacıyla benimsenmiştir.

Sorular dijital teknolojiler ve sosyal medya konusunda uzman olan toplam 8 kişi tarafından değerlendirilmiştir. Uzman görüşleri doğrultusunda 5'li Likert tipte oluşturulan anket, ön deneme amaçlı 20 kişi üzerinde pilot çalışma çerçevesinde uygulanmıştır. Bu 20 kişi içerisinde yer alan 5 kişi ile de ayrıntılı görüşmeler yapılmıştır. Uygulamalar ve dönüşler doğrultusunda düzeltmeler yapılmıştır.

Bu araştırmada kullanılan ölçeğin aşırı enformasyon yükü, aşırı iletişim yükü, aşırı sosyal yük faktörlerine yönelik sorular Cao & Sun (2018)'in çalışmasından; süreksiz kullanım niyetini ölçmeye yönelik sorular Shokouyar ve arkadaşları (2018) çalışmasından; sosyal medya yorgunluğunu ölçmeye yönelik sorular ise Lee ve arkadaşlarının (2016) çalışmasından uyarlanmıştır. Ayrıca kullanılan bu ölçeklerin ana kaynakları da Tablo 1'de verilmiştir. Tüm maddeler “kesinlikle katılmıyorum (1)” ile “kesinlikle katılıyorum (5)” arasında değişen 5'li Likert tipi bir ölçekle ölçülmüştür.

Tablo 1. Kullanılan Ölçekler

Faktörler	Uyarlanan Kaynak	Ana Kaynak
Aşırı Enformasyon Yükü	(Cao & Sun, 2018)	(Karr-Wisniewski & Lu, 2010); (Cho, Ramgolam, Schaefer, & Sandlin, 2011)
Aşırı İletişim Yükü	(Cao & Sun, 2018)	(Karr-Wisniewski & Lu, 2010); (Cho, Ramgolam, Schaefer, & Sandlin, 2011)
Aşırı Sosyal Yük	(Cao & Sun, 2018)	(Maier, Laumer, Eckhardt, & Weitzel, 2015); (Maier, Laumer, Weinert, & Weitzel, 2015)

Süreksiz Kullanım Niyeti	(Shokouyar, Siadat, & Razavi, 2018)	Kontrollü Kullanım (Maier, Laumer, Eckhardt, & Weitzel, 2015); (Ravindran, Kuan, & Lian, 2014) Kısa Süreli Mola (Zhang, Zhao, Lu, & Yang, 2016); (Ravindran, Kuan, & Lian, 2014) Hesabı Askıya Alma veya Platform Değişikliği (Zhang, Zhao, Lu, & Yang, 2016); (Maier, Laumer, Eckhardt, & Weitzel, 2015)
Sosyal Medya Yorgunluğu	(Lee, Son, & Kim, 2016)	(Karasek, 1979); (Yperen & Hagedoorn, 2003)

2.5 Keşfedici Faktör Analizi ve Faktörlerin İsimlendirilmesi

Faktör analizi uygulanmadan önce, eldeki verilerin bu analiz için uygun olup olmadığının değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu değerlendirme için örneklem büyüklüğü, madde sayısı gibi ölçütler göz önünde bulundurularak, uç değerler devre dışı bırakılarak çeşitli testler yapılmalıdır (Kalaycı, 2006). Uç değerler analizi sonucunda, aykırı değerlere sahip olan 18 gözlem analiz dışı bırakılmıştır.

Sosyal medya yorgunluğu ölçeğinin alt boyutlarını tespit etmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Veri setinin faktör analizine uygunluğunu test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve faktör analizi için değişkenler arasında anlamlı ilişkiler olup olmadığını belirlemek amacıyla Bartlett küresellik testi uygulanmıştır.

KMO, 0 ile 1 arasında değişen değerler alabilen bir ölçüttür ve 0,5'in üzerindeki KMO değerleri faktör analizi için uygun kabul edilmektedir. Ancak, 0,5 ile 0,7 arasındaki KMO değerleri orta; 0,7 ile 0,8 arasındaki değerler iyi; 0,8'in üzerindeki değerler ise mükemmel olarak kabul edilmektedir (Durmuş, Yurtkoru, & Çinko, 2018, s. 80). KMO değerinin 0,70'in altında olmaması, faktör analizi için uygun bir veri seti olduğunu gösterir.

Bartlett testinin sonucunun $p < 0,05$ olması ise verilerin faktör analizi için uygun olduğunu ifade eder (Coşkun, Altunışık, & Yıldırım, 2010, s. 266). Bu test, değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğunu gösterir, bu da faktör analizi için önemli bir ölçüttür. Tablo 2'ye göre, bu çalışmanın KMO örneklem uyum değeri 0,847 olarak bulunmuştur. Bu değer, eldeki verilerin faktör analizi için mükemmel uygunluk gösterdiğini işaret etmektedir. Bartlett testi sonucu ise, ,000 önem düzeyinde anlamlı bulunmuş ve değişkenler arasında faktör analizi yapmaya uygun bir ilişki olduğunu göstermiştir.

Tablo 2. KMO ve Bartlett Testlerine İlişkin Sonuçlar

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Uyum Testi		0,847
	Yaklaşık Ki-Kare	8280,476
Bartlett Küresellik Testi	Serbestlik Derecesi	231
	Anlamlılık	,000

Verilerin faktör analizi için uygunluğu değerlendirildikten sonra yapı geçerliliğini ortaya koymak için faktör çıkarma yöntemi belirlenmiştir. Faktörlerin belirlenmesinde kullanılan çeşitli teknikler bulunmaktadır. En yaygın olanı, temel bileşenler analizi tekniğidir (Kleinbaum, Kupper, & Muller, 1988; Büyüköztürk, 2017, s.470-483). Bu analiz, değişkenler arasındaki ilişki değerlerini dikkate alarak toplam varyans üzerinden hesaplamalar yapar. Faktör analizinde temel bileşenler analizi, veri setinin doğasında bulunan hata varyansı ve her maddenin özgül varyansını hesaba katar (Tabachnick ve Fidell, 2013; Büyüköztürk, 2017, s.470-483).

Faktörler arasındaki ilişki matrisi incelendiğinde, 0,3'ten büyük değerler elde edildiği için eğik döndürme tekniği tercih edilmiştir. Bu değer, faktörler arasında belirgin bir ilişkinin varlığını gösterir ve eğik döndürme, bu ilişkileri modellemek için daha uygundur. Araştırmacı, faktör sayısına ilişkin herhangi bir sınırlama koymamıştır.

Sosyal medya yorgunluğu ölçeği açımlayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen faktör yapısı ve faktör yük değerleri Tablo 3'te gösterilmiştir. Keşfedici faktör analizi sonucunda, sosyal medya yorgunluğu yapısına ait 22 madde, öz değeri (eigenvalue) 1'den büyük olan beş faktörde toplanmıştır. Bu beş faktör yapısı, toplam varyansın %64,5'ini açıklamaktadır. Toplam varyansın %40'ın üzerinde olmasının sosyal bilimlerde kabul edilebilir olduğu literatür bilgisiyle uyumludur (Çokluk, Şekercioğlu, & Büyüköztürk, 2018; Akbulut, 2010). Madde yük değerleri 0,639 ile 0,875 arasında değişmektedir.

Faktör analizi sonucunda elde edilen faktör yük değeri, bir maddenin herhangi bir alt boyutta yer alıp almamasına ilişkin kullanılan kritik değeridir ve maddenin söz konusu faktörle olan ilişkisinin gücünü gösteren katsayıdır. Çokluk ve arkadaşları (2018), bir maddenin yük değerinin 0,30 üzerinde olmasının anlamlı kabul edilebilir düzeyde olduğunu belirtmektedirler. Bu çalışmada faktör yükü alt kesme noktası 0,639 olarak belirlenmiş ve bu değerden büyük olanlar anlamlı kabul edilerek faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör yük değeri 0,3'ün altında olan maddeler tek tek çıkarılarak farklı kombinasyonlarda faktör analizi birçok kez tekrarlanmış ve sonuç olarak, ölçekte öz değeri 1'den büyük olan 22 maddeli beş faktörlü sosyal medya yorgunluğu yapısı ortaya çıkmıştır. 22 maddeye ilişkin pattern matrisi Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Sosyal Medya Yorgunluğu Pattern Matrisi

Tablo 3. Sosyal Medya Yorgunluğu Pattern Matrisi

	Faktörler				
	1	2	3	4	5
Sosyal medya kullanımından sonra gerçekten yorulmuş hissedirim.	.861				
Sosyal medya kullanımından sonra boş zamanlarıma konsantre olmam çaba gerektirir.	.848				
Sosyal medya kullanımından sonra diğer işlerimi iyi bir şekilde yerine getiremem.	.847				
Sosyal medya kullanımından sonra kendimi oldukça tükenmiş hissedirim.	.844				
Sosyal medya kullanımından sonra zihnimin dinlenmesi zaman alır.	.809				
Sosyal medyada arkadaşlarımın duygusal durumlarına ve yaşadıkları sorunlara dikkat etmeye önem veririm.		.827			
Sosyal medyada arkadaşlarımın duygusal durumlarına ve yaşadıkları sorunlara dikkat etmeye önem veririm.		.775			
Sosyal medyada arkadaşlarımla çok sık ilgilenirim.		.764			
Arkadaşlarımın sosyal medyadaki paylaşımlarını dikkatle takip ederim.		.740			
Arkadaşlarımın sosyal medyada ne kadar keyif aldıklarını gözetmek ve buna katkıda bulunmak konusunda kendimi sorumlu hissedirim.		.678			
Gelecekte bir süreliğine, normal düzeydeki sosyal ağ aktivitelerine ara vermeyi planlıyorum			.874		
Gelecekte sosyal medyaya kısa süreliğine ara verip daha sonra dönmeyi planlıyorum.			.871		
Stresli durumlarla karşılaşınca normal düzeydeki sosyal ağ aktivitelerine bir süreliğine ara veririm.			.722		
Gelecekte sosyal medyayı bugünden çok daha az kullanacağım.			.690		

Sosyal medyada arkadaşlarımdan takip edebileceğimden daha fazla ileti alırım.	.806
Başka işlerle uğraşırken genellikle sosyal medyadan çok fazla bildirim aldığımı düşünürüm.	.740
Sosyal medya iletişiminden dolayı sık sık bunalmış hissedirim.	.691
Sosyal medyada arkadaşlarıma göndermek istediğimden daha fazla mesaj göndermek zorunda kaldığımı hissedirim.	.663
Sosyal medyada arkadaşlarımdan çok fazla mesaj alırım.	.654
Sosyal medyada bir günde maruz kaldığım bilgi miktarı beni bunaltır.	.779
Sosyal medyadaki aşırı bilgi miktarı dikkatimi dağıtır.	.769
Sosyal medyada aşırı bilginin olması yerine yetersiz bilgi olmasının bazı sorunlara yol açtığımı hissedirim.	.639

Çıkarma Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi. Döndürme Yöntemi: Kaiser Oblimina. a. Döndürme için 6 birleşme.

Faktör 1’de yer alan maddeler, orijinal ölçek ile uyumlu yapıdadır. Bu maddeler, kullanıcıların sosyal medya yorgunluğunu değerlendiren soruları içermekte olup, orijinal ölçekteki gibi “Sosyal Medya Yorgunluğu” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör, Lee ve arkadaşları (2016)’nın sosyal medya yorgunluğu faktörü ile aynı maddeleri içermektedir.

Faktör 2’de bulunan maddeler, orijinal ölçek ile uyumlu yapıdadır. Teknostrese neden olan faktörlerden biri olan aşırı sosyal yükü ölçmeye yönelik sorulan bu sorular, orijinal ölçekteki gibi “Aşırı Sosyal Yük” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör, Cao ve Sun (2018)’ın aşırı sosyal yük faktörü ile aynı maddeleri içermektedir.

Faktör 3’te yer alan maddeler, orijinal ölçek ile farklılık göstermektedir. Shokouyar ve arkadaşları (2018)’nın ölçeğindeki süreksiz kullanım niyeti faktörü altında kısa süreli mola, kontrollü kullanım ve hesabı askıya alma veya platform değişikliği olmak üzere toplamda üç ayrı faktör yer almaktadır. Bu faktörler toplamda dokuz maddeden oluşmaktadır (Shokouyar, Siadat, & Razavi, 2018). Ancak, bu çalışmada, faktör analizi sonucuna göre “Kısa Süreli Molalar” altındaki tüm maddeler ve “Kontrollü Kullanım” altında yer alan ilk madde tek bir faktör altında birleşmiştir. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde bazı araştırmacılar (Shokouyar, Siadat, & Razavi, 2018; Ravindran, Kuan, & Lian, 2014; Maier, Laumer, Weinert, & Weitzel, 2015) süreksiz kullanım niyetini üç alt faktöre ayırmıştır. Araştırmanın ve ölçeğin planlanması aşamasında süreksiz kullanım niyeti davranışlarının daha net bir şekilde belirlenmesi ve ortaya çıkarılması adına bu çalışmada da süreksiz kullanım niyeti üç alt faktöre ayrılmıştır. Fakat faktör analizi sonucunda Tablo 3’te görüldüğü üzere bu maddelerin yalnızca dört tanesi süreksiz kullanım niyetini açıklar durumdadır. Literatürde bu maddeleri direk süreksiz kullanım niyeti başlığı altında toplayan çalışmalar da (Fu, Li, Liu, Pirkkalainen, & Salo, 2020; Lin J. , Lin, Turel, & Xu, 2020; Lee O.-K.

D., Lee, Suh, & Chang, 2021) mevcuttur. Bu nedenle sosyal medya yorgunluğunun sonucu olan süreksiz kullanım niyetini ölçmeye yarayan bu dört sorunun yer aldığı faktör, orijinal ölçekteki gibi “Süreksiz Kullanım Niyeti” olarak isimlendirilmiştir.

Faktör 4’te yer alan maddeler, orijinal ölçek ile uyumlu yapıdadır. Teknostrese neden olan faktörlerden biri olan aşırı iletişim yükünü ölçmeye yönelik sorulan bu sorular, orijinal ölçekteki gibi “Aşırı İletişim Yüğü” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör, Cao ve Sun (2018)’in aşırı iletişim yükü faktörü ile aynı maddeleri içermektedir.

Faktör 5’te yer alan maddeler, orijinal ölçek ile uyumlu yapıdadır. Teknostrese neden olan faktörlerden biri olan aşırı enformasyon yükünü ölçmeye yönelik sorulan bu sorular, orijinal ölçekte aşırı bilgi yükü olarak isimlendirilirken, bu çalışmada “Aşırı Enformasyon Yüğü” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör, Cao ve Sun (2018)’in aşırı bilgi yükü faktörü ile aynı maddeleri içermektedir.

2.6. Güvenilirlik Analizi

Tavşancıl (2010)’a göre, bir ölçeğin güvenilir ve iç tutarlılığına sahip olduğunu ifade edebilmek için Cronbach α katsayısının en az 0,7 olması gereklidir. Sosyal medya yorgunluğu ölçeği için hesaplanan Cronbach α iç tutarlılık değeri 0,859 olarak bulunmuştur, bu da ölçeğin güvenilir ve iç tutarlı bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Yapısal eşitlik modellemesinde kullanılan iki önemli güvenilirlik ve geçerlik ölçüsü olan Composite Reliability (CR) ve Average Variance Extracted (AVE) değerleri de ayrıca hesaplanmıştır. AVE değerinin 0,50 veya daha yüksek olması bu faktör altındaki öğelerin çoğunun faktöre katkıda bulunduğunu göstermektedir. CR değerinin ise 0,70 veya daha yüksek olması faktör altındaki öğelerin güvenilir bir şekilde bir araya getirildiğini göstermektedir. Alt boyutlara ait güvenilirlik katsayıları Tablo 4’te ayrıntılı bir şekilde verilmiştir.

Tablo 4. Sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeği ve Faktörlere İlişkin Güvenirlik Analizi

Faktörler	Döndürülmüş Yük Değerleri			
	Cronbach α	Madde Sayısı	AVE	CR
Sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeği	0,859	22		
Aşırı Enformasyon Yüğü	0,647	3	0,508	0,827
Aşırı İletişim Yüğü	0,784	5	0,535	0,774
Aşırı Sosyal Yüğü	0,839	5	0,575	0,870
Sosyal Medya Yorgunluğu	0,915	5	0,708	0,924
Süreksiz Kullanım Niyeti	0,805	4	0,629	0,870

2.7 Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), keşfedici faktör analizi ile benzer özelliklere sahiptir. Keşfedici faktör analizinin amacı, değişken kümesinin altında yatan ve verileri temsil etmek için gereken faktörlerin sayısını ve faktörlere yakın olan maddelerin oluşturduğu yapıyı ortaya çıkarmaktır. Bu analizde herhangi bir değişkenin herhangi bir faktörle bağlantılı olabileceği ön varsayımı bulunmaktadır. DFA’nın amacı ise

bilinen sayıda faktörün oluşturduğu yapının (modelin) anlamlılığını ve yapının ne kadar iyi temsil ettiğini istatistiksel olarak test etmektir. DFA, örneklem verilerinin önerilen modeli doğrulayıp doğrulanmadığını kontrol etmek ve değişkenler arası ilişkilere dayalı olarak ortaya çıkan faktörleri sınamak amacını taşımaktadır (Brown, 2015; Tabachnick & Fidell, 2013).

Şencan'a (2005) göre DFA, teorik bilginin sınanması ve/veya doğrulanması amacıyla kullanılmaktadır. Bu araştırma, kullanılan sosyal medya yorgunluğu ölçeği modelinin doğrulanıp doğrulanmadığını, faktörlerin modeli yeterli düzeyde açıklayıp açıklamadığını ve temsil edip etmediğini değerlendirmek amacıyla uyum indeksleri incelenmiştir. Analiz, 22 maddeli ve beş faktörlü sosyal medya yorgunluğu ölçeği üzerinden toplanan 804 kişiye ait veri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Aykırı değerlere sahip olan 18 gözlem analiz dışı bırakılarak, 786 kişinin verisi ile IBM SPSS Amos programında ölçeğe DFA uygulanmıştır.

DFA sonuçları değerlendirilirken uyum indekslerinden CMIN/DF “ χ^2/sd ” (Ki-Kare Uyum İyiliği Testi), GFI (İyilik Uyum İndeksi), AGFI (Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi), RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü), RMR (Artık Oranların Karekökü), SRMR (Artık Ortalamaların Karekökü), CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi), NFI (Normlaştırılmış Uyum İndeksi) ve IFI (Artan Uyum İndeksi) değerlerine bakılarak değerlendirilir. Literatürde bu değerlere bakılırken tek bir değere bakmak yerine birçok değere birlikte bakmak gerektiği vurgulanmaktadır (Tabachnick & Fidell, 2013; Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010; Byrne, 2001). Aynı zamanda bu indekslerin kabul edilebilir değerleri literatürde farklılık göstermektedir. Yaşlıoğlu (2017) ve Çapık (2014) çalışmalarında DFA’da en çok kullanılan uyum indekslerini aşağıdaki gibi açıklamışlardır (Bayrakcı, 2020):

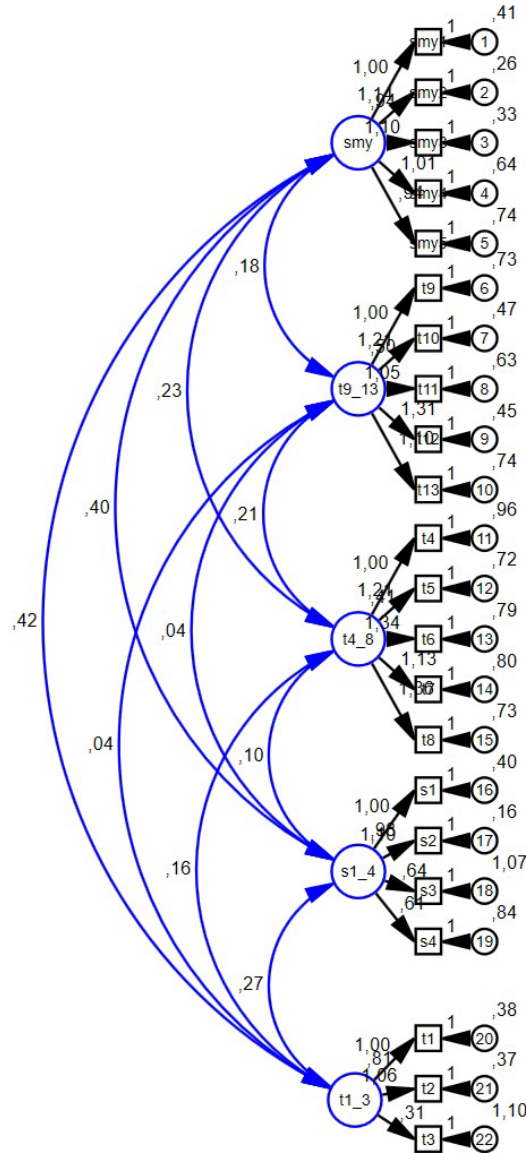
- **χ^2 /sd (ki-kare uyum iyiliği testi):** Ki-Kare değeri, bir modelin genel uygunluğunu değerlendirmek için temel bir ölçüdür. Bu değer, örnek kovaryans matrisi ile model tarafından uyarlanan (modellenen) kovaryans matrisi arasındaki farkı değerlendirerek, modelin gözlemlenen verilere uygunluğunu test eder.
- **GFI (İyilik Uyum İndeksi):** GFI istatistiği, Ki-Kare istatistiğinin örneklem büyüklüğüne duyarlılığını azaltmak amacıyla geliştirilmiştir. Bu indeks, örneklem varyans-kovaryans matrisi ile türetilmiş olan varyans-kovaryans matrisi arasındaki farkın karesel toplamını temel alarak, modelin uygunluğunu değerlendirir.
- **CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi):** CFI, bir modelin gözlemlenen verilerle ne kadar iyi uyum sağladığını değerlendirmek amacıyla kullanılır. Örneklem büyüklüğünü dikkate alır ve küçük örneklem durumlarında bile güvenilir sonuçlar veren, yaygın olarak kabul görmüş ve kullanılan bir istatistiksel ölçüdür.
- **RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü):** RMSEA, kovaryans matrisinin, örneklemde elde edilen varyans-kovaryans matrisine uygunluğunu ölçmek için kullanılır. Bu indeks, modelin verilere uygunluğunu değerlendirmek için kullanılır.

Literatürde, ki-kare uyum iyiliği ile serbestlik derecesi arasındaki oranın beş veya daha az ise kabul edilebilir bir değer olduğu kabul edilmektedir (Hooper, Coughlan, & Mullen, 2008). Ayrıca, diğer model uyum indekslerinin incelenmesi de önemlidir. GFI, CFI, NFI, RFI, IFI VE AGFI gibi uyum indeksleri, 0 ile 1 arasında değerler alır. Bu değerler 1’e ne kadar yakınsa, modelin verilere o kadar iyi uyum sağladığını gösterir. RMSEA içinse 0,08 kabul edilebilir uyumu, 0,05 ise mükemmel uyumu temsil eder (Hooper, Coughlan, & Mullen, 2008; Çokluk, Şekercioğlu, & Büyüköztürk, 2018). Tablo 5’te uyum indekslerinin kabul edilebilme ölçüt değerleri verilmiştir.

Tablo 5. Doğrulayıcı Faktör Analizi Model Uyum İndeksleri Sınır Değerleri

İndeks	Kabul Edilebilir Değer	Sosyal Medya Ölçeği Değeri	Uyum
χ^2 /sd (ki-kare uyum iyiliği testi)	<5	4,607	Kabul Edilebilir
GFI (İyilik Uyum İndeksi)	>0,90	0,902	Kabul Edilebilir
CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)	>0,90	0,912	Kabul Edilebilir
RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü)	<0,08	0,068	Kabul Edilebilir

Gerçekleştirilen düzeltme ve iyileştirmeler sonucunda, DFA sonuçları elde edilen uyum indekslerinin kabul edilebilir değerlere sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum, sosyal medya yorgunluğu ölçeğinden elde edilen toplam puanlar ve alt boyutlardan elde edilen puanlar üzerinden analiz yapılmasının uygun olduğunu ortaya koymaktadır. DFA modeline ait diyagram Şekil 2’de sunulmuştur.

Şekil 2. Sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeğine İlişkin Standardize Edilmiş Çözüm Değerleri

3. Verilerin Analizi

Veri analizi için kullanılacak testlerin türünü belirlemek amacıyla, elde edilen verilerin dağılımının incelenmesi önemlidir. Eğer veriler normal dağılım gösteriyorsa, parametrik testler kullanılır; göstermiyorsa ise parametrik olmayan testlere başvurulur.

Literatürde, dağılımın normalliğini değerlendirmek için genellikle çeşitli yöntemler önerilmektedir. Bu yöntemler arasında betimsel yöntemler, istatistiksel hipotez testleri ve grafiksel yöntemler bulunmaktadır. Abbott (2011), McKillup (2011) ve Büyüköztürk (2002) normallik varsayımını değerlendirirken, örneklem büyüklüğünün etkisi nedeniyle istatistiksel, betimsel ve grafiksel sonuçların birlikte yorumlanmasını önermektedir.

Bu çalışmada, normallik varsayımı, üç farklı yöntemin birleştirilmiş değerlendirmesiyle ele alınmıştır. Normallik dağılımının değerlendirilmesinde aritmetik ortalama, mod ve medyan değerlerinin birbirine eşit ya da yakın olması önem taşımaktadır. Ayrıca, çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 1 sınırları içinde 0'a yakın olması gerekmektedir (Demir, Saatçioğlu ve İmrol, 2016; Abbott, 2011). Sosyal medya yorgunluğu

toplam puanının ortalaması 90,54, medyanı 91,0 ve modu 99,0 olarak belirlenmiştir. Bu üç değer birbirine oldukça yakındır. Çarpıklık değeri 0,173 ve basıklık değeri ise -0,048'dir. Bu değerler, çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 1 sınırları içinde ve 0'a yakın olduklarından dolayı, verinin betimsel yöntemler açısından normal bir dağılım sergilediği söylenebilir.

Normallik değerlendirmesinde kullanılan bir diğer yöntem ise istatistiksel hipotez testleridir. Çeşitli testler arasında Shapiro-Wilks W Testi ve Kolmogorov-Smirnov Testi en sık kullanılanlardır. Bu testlerin sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Normallik Testi Sonuçları

Normallik Testi						
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik Değerleri	Serbestlik Derece (df)	Anlamlılık Değeri	İstatistik Değerleri	Serbestlik Derece (df)	Anlamlılık Değeri
Sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeği	0,039	786	.006	0,993	786	.001

Normallik testleri sonucunda, sosyal medya yorgunluğu ve alt boyutlarının normallik testlerinde Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testlerinin anlamlılık değerlerinin 0,05'ten küçük olduğu belirlenmiş ve bu durum, %95 güven aralığında normalliği desteklemiştir. Ancak Kolmogorov-Smirnov testinin, büyük örneklem büyüklüklerinde küçük farklılıkları anlamlı bulma eğilimi nedeniyle grafiksel ve betimsel yöntemlerle birlikte değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır (Smeeton & Sprent, 2007; Çokluk, Şekercioğlu, & Büyüköztürk, 2018; Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010). Bu bağlamda histogram ve Q-Q grafiklerinin incelenmesi sonucunda, betimsel analizler ve istatistiksel hipotez testleriyle veri setinin normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

4. Bulgular

4.1 Demografik Özelliklere İlişkin İstatistikler

Katılımcıların demografik yapısına dair yapılan betimsel istatistikler Tablo 7 ve Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 7. Cinsiyete Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	471	58,6
Erkek	333	41,4
Toplam	804	100

Tablo 8. Kuşaklara Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
X Kuşağı	35	4,4
Y Kuşağı	440	54,7
Z Kuşağı	329	40,9
Toplam	804	100

4.2 Araştırma Kapsamında Yapılan Hipotez Testleri ve Sonuçları

Bu araştırmanın genel amacı, sosyal medya yorgunluğunu etkileyen faktörleri ortaya çıkarmak ve sosyal medya yorgunluğunun süresiz kullanım niyeti davranışlarına etkisini belirlemektir. Bu bağlamda, araştırmanın hipotezleri ve istatistik sonuçları bu bölümde yer almaktadır.

Değişkenlerin aralarındaki ilişkinin derecesini ve yönünü belirlemek amacıyla kullanılan istatistik yöntemine korelasyon denir (Durmuş, Yurtkoru, & Çinko, 2018, s. 143). Değişkenler arasındaki ilişki, farklı türdeki değişkenler için farklı teknikler kullanılarak hesaplanan bir korelasyon katsayısı ile gösterilir. Bu katsayı +1 ve -1 aralığında değişen bir değer alır. Katsayının pozitif olması bir değişkende artış meydana geldiği zaman diğer değişkende de artış olduğunu, negatif olması ise bir değişkende artış görülürken diğerinde azalma meydana geldiğini göstermektedir. Korelasyon sayısının +/- 1 olması mükemmel bir ilişkiyi, 0 olması ise iki değişken arasında doğrusal bir ilişki olmadığını gösterir. Katsayının 0,30'dan küçük olması, ilişkinin zayıf; 0,30 ile 0,70 arasında olması, ilişkinin orta düzey; 0,70'ten büyük olması ise ilişkinin yüksek düzeyde olduğunu gösterir (Köklü, Büyüköztürk, & Çokluk, 2007).

Sosyal medya yorgunluğu ölçeği bağlamında değişkenler arasındaki ilişki durumları korelasyonel ve nedensel araştırma ile incelenmiştir. Ölçekte yer alan soruların yanıtları sayısal değerlere dönüştürülmüş ve parametrik yöntem ile değerlendirilen araştırma sorularının karşılaştırılmasında Pearson Korelasyon Katsayısı testleri uygulanmıştır. Korelasyon analizi herhangi iki değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen istatistiksel bir testtir. (Durmuş, Yurtkoru, & Çinko, 2018, s. 154).

H₁: Teknostres sosyal medya yorgunluğunu pozitif yönde etkilemektedir.

H₁ hipotezi ile, "Teknostres ile sosyal medya yorgunluğu arasında ilişki var mıdır?" sorusunun yanıtı araştırılmıştır. Bu bağlamda, teknostres ile sosyal medya yorgunluğu arasındaki ilişkiyi değerlendirmek amacıyla Pearson ilişki testi uygulanmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 9'da verilmiştir./

Tablo 9. Teknostres ve Sosyal Medya Yorgunluğu İlişki Testi Sonuçları

		Teknostress	Sosyal Medya Yorgunluğu
Teknostres	Pearson Korelasyon	1	0,387**
	Anlamlılık Değeri		0,000
	N	786	786
Sosyal Medya Yorgunluğu	Pearson Korelasyon	0,387**	1
	Anlamlılık Değeri	0,000	
	N	786	786

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-uçlu).

Pearson ilişki testi anlamlılık değerinin $p=0,000$ çıkması ve bu değer kabul edilen $p=0,01$ 'lik anlamlılık değerinden küçük olması nedeniyle alternatif hipotez kabul edilmiştir. Teknostres ile sosyal medya yorgunluğu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişkinin kuvvetini ve yönünü ifade eden ilişki katsayısı $r = 0,387$ 'dir. Bu değer, iki değişken arasında zayıf derecede pozitif bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Yani teknostres ne kadar fazlaysa, sosyal medya yorgunluğu da o kadar yüksektir. Bu nedenle H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

H₂: Sosyal medya yorgunluğu süreksiz kullanım niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

H₂ hipotezi ile, "Sosyal medya yorgunluğu süreksiz kullanım niyetini arasında ilişki var mıdır?" sorusunun yanıtı araştırılmıştır. Bu bağlamda, Sosyal medya yorgunluğu süreksiz kullanım niyeti arasındaki ilişkiyi değerlendirmek amacıyla Pearson ilişki testi uygulanmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Sosyal Medya Yorgunluğu ve Süreksiz Kullanım Niyeti İlişki Testi Sonuçları

		Sosyal Medya Yorgunluğu	Süreksiz Kullanım Niyeti
Sosyal Medya Yorgunluğu	Pearson Korelasyon	1	0,213**
	Anlamlılık Değeri		0,000
	N	786	786
Süreksiz Kullanım Niyeti	Pearson Korelasyon	0,213**	1
	Anlamlılık Değeri	0,000	
	N	786	786

Pearson ilişki testi anlamlılık değerinin $p=0,000$ çıkması ve bunun da kabul edilen $p=0,01$ 'lik anlamlılık değerinden küçük olması nedeniyle alternatif hipotez kabul edilmiştir. Sosyal medya yorgunluğu ile süreksiz kullanım niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişkinin kuvvetini ve yönünü ifade eden ilişki katsayısı $r = 0,213$ 'tür. Bu değer, iki değişken arasında zayıf derecede pozitif bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Yani sosyal medya yorgunluğu ne kadar fazlaysa, süreksiz kullanım niyeti o kadar yüksektir. Bu nedenle H_2 hipotezi kabul edilmiştir.

1. Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmada, sosyal medya yorgunluğuna neden olduğu düşünülen öncüller olan aşırı enformasyon yükü, aşırı iletişim yükü, aşırı sosyal yük olarak ele alınmıştır. Bu öncüller, teknostresör olarak tanımlanmıştır. Teknostresin, sosyal medya yorgunluğu üzerindeki etkisi araştırılmış ve sosyal medya yorgunluğunun süreksiz kullanım niyeti davranışı üzerindeki olası etkileri değerlendirilmiştir.

Bu bağlamda, literatürde yer alan bu kavramları ölçen uygun ölçekler belirlenmiş ve bu ölçekler Türkçe'ye çevrilmiştir. Yapılan pilot uygulamalar ve uzman görüşleri doğrultusunda düzeltmeler yapılmış ve ölçek nihai formunu almıştır. Anket, Google Forms üzerinden online olarak uygulanmış, elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

Çalışma kapsamında, demografik veriler tarama araştırması yoluyla toplanmış ve betimsel istatistik olarak sunulmuştur. Ölçekte yer alan faktör sorularının yanıtları sayısal değerlere dönüştürülmüş ve araştırma sorularının karşılaştırılmasında parametrik yöntem olan Pearson Korelasyon testi kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, teknostresin sosyal medya yorgunluğunu pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Teknostres arttıkça, sosyal medya yorgunluğunun da arttığı istatistiksel olarak ortaya konmuştur. Mevcut araştırma bulguları, literatürdeki benzer çalışmalardan elde edilen sonuçlarla uyumludur. Lee ve arkadaşları (2016) aşırı bilgi yükü ve aşırı iletişim yükünün (s. 59); Zhang ve arkadaşları (2016), aşırı bilgi yükü ve aşırı sosyal yükün (s. 910); Xiao ve arkadaşları (2019), aşırı bilgi yükünün (s. 2022); Lin ve arkadaşları (2020), aşırı bilgi yükü, aşırı iletişim yükü ve aşırı sosyal yükün sosyal medya yorgunluğuna neden olduğunu bulmuşlardır (s. 6).

Araştırmada, katılımcıların süreksiz kullanım niyeti davranışı, sosyal medya yorgunluğu bağımsız değişkenine bağlı olarak incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre sosyal medya yorgunluğu ile süreksiz kullanım niyeti arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum, sosyal medya kullanıcılarının yorgunluk düzeyinin artmasıyla birlikte süreksiz kullanım niyetlerinin de arttığını göstermektedir. Mevcut araştırma bulguları, literatürdeki benzer çalışmalardan elde edilen sonuçlarla uyumludur. Lin ve arkadaşları (2020) sosyal medya yorgunluğunun devam etmeme niyetleri

üzerinde etkili olduğunu bulmuşlardır (s. 6). Fu ve arkadaşları (2020), sosyal medya yorgunluğunun kullanıcıların sosyal medyayı bırakma eğilimine yol açtığını bulmuşlardır (s. 1-2). Lee ve arkadaşları da (2021) benzer şekilde sosyal medya yorgunluğunun, kullanıcının sosyal medyaya devam etmeme niyeti üzerinde olumsuz etkisi olduğunu bulmuşlardır (s. 303). Görüldüğü üzere, literatürde yapılan çalışmalarda ortak bulgu, sosyal medya yorgunluğunun süreksiz kullanım niyetine neden olan bir etken olarak önemli bir rol oynadığıdır.

Süreksiz kullanım niyeti, bireyin bir platformu kullanma niyetinde belirli bir düzensizlik veya belirsizlik içeren bir durumu ifade eder. Bu durum, kişinin sosyal medya kullanımına devam etme niyetinde belirsizlik yaşadığı durumları içermektedir. Araştırma sonuçları, bu belirsizliğin, yorgunluk hissi ile ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Yani, bir kullanıcı sosyal medya platformlarını kullanmaktan yorgun düştüğünde, bu durum süreksiz kullanım niyetini olumsuz etkileyecektir. Kullanıcılar, yorgunluklarını azaltmak adına sosyal medya kullanımını düzenlemeye veya azaltmaya yönelebilirler. Bu bulgular, bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını anlamak ve bu alışkanlıkları yönetmek için kullanıcı deneyimini geliştirmek isteyen platformlar için önemli bir bilgi kaynağı olabilir.

Bu çalışma, sosyal medya yorgunluğu gibi nispeten yeni bir fenomen hakkındaki anlayışımızı artırmış olsa da gelecekteki araştırmalar için dikkate alınması gereken bazı sınırlamaları vurgulamaktadır. Gelecekteki araştırmacılar, konuyla ilgili daha kapsamlı sonuçlar elde etmek amacıyla karma yöntem yaklaşımını benimseyebilirler. Örneğin, sosyal medya kullanıcılarının dijital izleme verilerini analiz etmek ve bu verileri anket sonuçlarıyla birleştirmek gibi yöntemler uygulanabilir.

Kaynakça

- Abbott, M. L. (2011). *Understanding Educational Statistics Using Microsoft Excel and SPSS*. Wiley
- Acar, N. (2022). Sosyal Ağ Yorgunluğunun Öncülleri: Bir Model Önerisi (Yayınlanmış Doktora Tezi). Konya.
- Akbulut, Y. (2010). Sosyal bilimlerde SPSS uygulamaları (Sık Kullanılan İstatistiksel Analizler ve Açıklamalı SPSS Çözümleri). İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Alam, M. M., & Wagner, C. (2013). "Facebook Distress": A Model to Investigate Discontinuation of Social Networking Site Use. *PACIS 2013 Proceedings*, (s. 1-13).
- Argın, E. (2019). Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Oyun Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.

3. *Uluslararası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu*. Nevşehir: İksad Yayıncılık.

- Balcı, Ş., & Kaya, E. (2021). Sosyal Medyada Algılanan Sosyal Desteğin, Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkinliği: Üniversite Gençliği Araştırması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(36), 47-71.

- Bayrakcı, S. (2020). Dijital Yetkinlikler Bütünü Olarak Dijital Okuryazarlık: Ölçek Geliştirme Çalışması (Yayınlanmış Doktora Tezi). İstanbul.
- Beaudry, A., & Pinsonneault, A. (2010). The other side of acceptance: studying the direct and indirect effects of emotions on information technology use. *MIS Quarterly*, 34(4), 689-710.
- Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. (2015, Mart). Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior*, 44, 148-155.
- Boksem, M. A. (2006). Mental fatigue: Costs and benefits (Thesis fully internal (DIV), University of Groningen).
- Byrne, B. M. (2001). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts. Applications, and Programming*. New York.
- Brod, C. (1982). Managing technostress: Optimizing the use of computer technology. *Personnel Journal*, 61(10), 753-757.
- Brown, T. A. (2015). Confirmatory factor analysis for applied research. T. A. Brown içinde, *Confirmatory factor analysis for applied research* (s. 35-82). New York: Guilford Publications.
- Business Line. (2024, Aralık 15). *Social media fatigue is growing: Gartner Survey*. <https://www.thehindubusinessline.com/companies/social-media-fatigue-is-growing-gartner-survey/article20323994.ece1> adresinden alındı.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Dergisi*(50), 254-277.
- Cao, X., & Sun, J. (2018, Nisan). Exploring the effect of overload on the discontinuous intention of social media users: An S-O-R perspective. *Computers in Human Behavior*, 81, 10-18.
- Çapık, C. (2014). Geçerlik ve güvenirlik çalışmalarında doğrulayıcı faktör analizinin kullanımı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 196-205.
- Cho, J., Ramgolan, D. I., Schaefer, K. M., & Sandlin, A. N. (2011, January 25). The Rate and Delay in Overload: An Investigation of Communication Overload and Channel Synchronicity on Identification and Job Satisfaction. *Journal of Applied Communication Research*, 39(1), 38-54
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Pegem.
- Coşkun, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamaları*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Demir, E., Saatçioğlu, Ö., & İmrol, F. (2016). Uluslararası dergilerde yayımlanan eğitim araştırmalarının normallik varsayımları açısından incelenmesi. *Current Research in Education*, 130-148.

- Dhir, A., Kaur, P., Chen, S., & Pallesen, S. (2019, October). Antecedents and consequences of social media fatigue. *International Journal of Information Management*, 48, 193-202.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E., & Çinko, M. (2018). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Edison Research. (2019, Mayıs 6). *The Infinite Dial 2019*. Ocak 2024 tarihinde Edison Research: <https://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2019/> adresinden alındı
- F.Hair, J., C.Black, W., J.Babin, B., & E.Anderson, R. (2010). *Analysis, Multivariate Data*. Pearson.
- Finsterer, J., & Mahjoub, S. Z. (2014). Fatigue in healthy and diseased individuals. *American Journal of Hospice and Palliative Medicine*, 31(5), s. 562-575.
- Fu, S., Li, H., Liu, Y., Pirkkalainen, H., & Salo, M. (2020, Kasım). Social media overload, exhaustion, and use discontinuance: Examining the effects of information overload, system feature overload, and social overload. *Information Processing & Management*, 57(6), 1-15.
- Gartner. (2023, Aralık 8). *Gartner Predicts 50% of Consumers Will Significantly Limit Their Interactions with Social Media by 2025*. Ocak 2024 tarihinde <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2023-12-14-gartner-predicts-fifty-percent-of-consumers-will-significantly-limit-their-interactions-with-social-media-by-2025> adresinden alındı
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Karasek, R. A. (1979). Job Demands, Job Decision Latitude, and Mental Strain: Implications for Job Redesign. *Administrative Science Quarterly*, 24(2), 285-308.
- Karr-Wisniewski, P., & Lu, Y. (2010). When more is too much: Operationalizing technology overload and exploring its impact on knowledge worker productivity. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 1061-1072.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kleinbaum, D. G., Kupper, L. L., & Muller, K. E. (1988). *Applied Regression Analysis and Other Multivariable Methods*. Boston: PWS-Kent.
- Köklü, N., Büyüköztürk, Ş., & Çokluk, Ö. (2007). *Sosyal Bilimler için İstatistik*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Lee, A. R., Son, S.-M., & Kim, K. K. (2016, Şubat). Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computers in Human Behavior*, 55, 51-61.
- Lee, C.-C., Chou, S. T.-H., & Huang, Y.-R. (2014). A Study on Personality Traits and Social Media Fatigue-Example of Facebook Users. *Lecture Notes on Information Theory*, 2(3), 249-253.
- Lee, S. B., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2016). Technostress from mobile communication and its impact on quality of life and productivity. *Total Quality Management & Business Excellence*, 27(7), 775-790.
- Lee, O.-K. D., Lee, S., Suh, W., & Chang, Y. (2021, November 16). Alleviating the impact of SNS fatigue on user discontinuance. *Industrial Management & Data Systems*, 122(1), 292-321.
- Lin, J., Lin, S., Turel, O., & Xu, F. (2020, June). The buffering effect of flow experience on the relationship between overload and social media users' discontinuance intentions. *Telematics and Informatics*, 49, s. 1-18

- Lin, S., Lin, J., Luo, X. (., & Liu, S. (2021, Ocak). Juxtaposed Effect of Social Media Overload on Discontinuous Usage Intention: The Perspective of Stress Coping Strategies. *Information Processing & Management*, 58(1), 1-15.
- Logan, K., Bright, L. F., & Grau, S. L. (2018). Unfriend Me, Please!": Social Media Fatigue And The Theory Of Rational Choice. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(4), 357-367.
- Luqman, A., Cao, X., Ali, A., Masood, A., & Yu, L. (2017, May). Empirical investigation of Facebook discontinues usage intentions based on SOR paradigm. *Computers in Human Behavior*, 70, 544-555
- Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2012). When Social Networking Turns To Social Overload: Explaining The Stress, Emotional Exhaustion, And Quitting Behavior From Social Network Sites' Users. *European Conference on Information Systems (ECIS)*, (s. 1-13).
- Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2015). Giving too much social support: social overload on social networking sites. *European Journal of Information Systems*, 24(5), 447-464.
- Maier, C., Laumer, S., Weinert, C., & Weitzel, T. (2015, March 25). The effects of technostress and switching stress on discontinued use of social networking services: a study of Facebook use. *Information Systems Journal*, 25(3), 275-308.
- Malik, A., Dhir, A., Kaur, P., & Johri, A. (2020, Mart 6). Correlates of social media fatigue and academic performance decrement: A large cross-sectional study. *Information Technology & People*, 34(2), s. 557-580.
- McKillup, S. (2011). *Statistics Explained: An Introductory Guide for Life Scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Meier, R. L. (1963). Communications overload: Proposals from the study of a university library. *Administrative Science Quarterly*, 7(4), 521-544.
- Rainie, L., Smith, A., & Duggan, M. (2013). *Coming and going on Facebook*. Pew Research Center's Internet and American Life Project.
- Ravindran, T., Chua, A. Y., & Dion Hoe-Lian, G. (2013). Characteristics of Social Network Fatigue. *10th International Conference on Information Technology: New Generations* (s. 431-438). New York: IEEE.
- Ravindran, T., Kuan, A. C., & Lian, D. G. (2014, Kasım 11). Antecedents and effects of social network fatigue. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(11), s. 2306-2320.
- Ream, E., & Richardson, A. (1996). Fatigue: a concept analysis. *International Journal Of Nursing Studies*, 33(5), 519-529.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenirlik ve Geçerlik*. Ankara: Seçkin.
- Sütçü, C. S., & Aytekin, Ç. (2018). *Veri Bilimi*. İstanbul: Paloma.
- Shokouyar, S., Siadat, S. H., & Razavi, M. K. (2018). How social influence and personality affect users' social network fatigue and discontinuance behavior. *Aslib Journal of Information Management*, 70(4), 344-366.
- Smeeton, N. C., & Sprent, P. (2007). *Applied nonparametric statistical methods (Fourth edition)*. United States: CRC Press.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson.
- Tavşancıl, E. (2010). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Techopedia. (2017, January 12). Social Media Fatigue. December 28 tarihinde Techopedia: <https://www.techopedia.com/definition/27372/social-mediafatigue#:~:text=Social%20Media%20Fatigue->

,What%20Does%20Social%20Media%20Fatigue%20Mean%3F,spent%20onlin
e%20maintaining%20these%20connections. adresinden alındı.

Usluel, Y. K., Demir, Ö., & Çınar, M. (2014). Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği. *Eğitim Teknolojileri Araştırma Dergisi*, 5(2), 1-18.

Ünal, Ç. (2019). Çevrimiçi Sosyal Destek, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Sosyal Anksiyete Bozukluğu Arasındaki İlişkinin Açıklanmasında Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Yorgunluğunun Aracı Rolü. Ankara.

We Are Social. (2024). *Digital 2024 Turkey*.

Xiao, L., Mou, J., & Huang, L. (2019). Exploring The Antecedents of Social Network Service Fatigue: A Socio-Technical Perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 119(9), 2006-2032.

Yaşlıoğlu, M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.

Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yperen, N. W., & Hagedoorn, M. (2003). Do high job demands increase intrinsic motivation or fatigue or both? The role of job control and job social support. *Academy of Management Journal*, 46(3), 339-348.

Zhang, S., Zhao, L., Lu, Y., & Yang, J. (2016, Kasım). Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services. *Information & Management*, 53(7), 904-914.

Sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeği

Sosyal medya yorgunluğuna ilişkin verilen ifadelere katılma derecenizi belirtiniz.

	SOSYAL MEDYA YORGULUĞU ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
		1	2	3	4	5
Aşırı Enformasyon Yükü	Sosyal medyadaki aşırı bilgi miktarı dikkatimi dağıtır.					
	Sosyal medyada bir günde maruz kaldığım bilgi miktarı beni bunaltır.					
	Sosyal medyada aşırı bilginin olması yerine yetersiz bilgi olmasının bazı sorunlara yol açtığını hissedirim.					
Aşırı İletişim Yükü	Sosyal medyada arkadaşlarımdan çok fazla mesaj alırım.					
	Sosyal medyada arkadaşlarıma göndermek istediğimden daha fazla mesaj göndermek zorunda kaldığımı hissedirim.					
	Başka işlerle uğraşırken genellikle sosyal medyadan çok fazla bildirim aldığımı düşünürüm.					
	Sosyal medya iletişiminden dolayı sık sık bunalmış hissedirim.					
	Sosyal medyada arkadaşlarımdan takip edebileceğimden daha fazla ileti alırım.					
Aşırı Sosyal Yük	Sosyal medyada arkadaşlarımdan duygusal durumlarına ve yaşadıkları sorunlara dikkat etmeye önem veririm.					
	Sosyal medyada arkadaşlarımdan sorunlarıyla, dertleriyle çok fazla ilgilenirim.					
	Arkadaşlarımdan sosyal medyada ne kadar keyif aldıklarını gözetmek ve buna katkıda bulunmak konusunda kendimi sorumlu hissedirim.					
	Sosyal medyada arkadaşlarımla çok sık ilgilenirim.					
	Arkadaşlarımdan sosyal medyadaki paylaşımlarını dikkatle takip ederim.					
Kısa Sürelili Mola	Gelecekte sosyal medyaya kısa süreliğine ara verip daha sonra dönmeyi planlıyorum.					
	Gelecekte bir süreliğine, normal düzeydeki sosyal ağ aktivitelerine ara					



	vermeyi planlıyorum.					
	Stresli durumlarla karşılaşınca normal düzeydeki sosyal ağ aktivitelerine bir süreliğine ara veririm.					
Kontrollü Kullanım	Gelecekte sosyal medyayı bugünden çok daha az kullanacağım.					
	Zaman zaman sosyal medyada geçirdiğim süreyi daha sıkı bir şekilde düzenlemeye ihtiyaç duyarım.					
	Sosyal medyayı çok fazla kullandığımı hissettiğimde, birkaç gün boyunca kullanmayı tamamen bırakırım.					
Hesabı Askıya Alma veya Platform Değişikliği	Gelecekte, kullandığım sosyal medya uygulamasını değiştirmeyi planlıyorum.					
	Yapabilseydim sosyal medyayı kullanmayı bıraktırdım.					
	Şu anda kullandığım bazı sosyal medya uygulamaları yerine alternatiflerini kullanmayı tercih edebilirim.					
Sosyal Medya Yorgunluğu	Sosyal medya kullanımından sonra:					
	Zihnimin dinlenmesi zaman alır.					
	Gerçekten yorulmuş hissederim.					
	Kendimi oldukça tükenmiş hissederim.					
	Boş zamanlarıma konsantre olmam çaba gerektirir.					
	Diğer işlerimi iyi bir şekilde yerine getiremem.					



Ne Doğu Ne Batı: Kezban Filmleri Üzerinden Türkiye'nin Toplumsal ve Kültürel Dönüşümünde Modernleşmenin İzleri

Neither East Nor West: Traces of Modernization in Türkiye's Social and Cultural Transformation through Kezban Films

Sezin Doğan,^a

^a Arş. Gör. Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.

sezin.dogan@selcuk.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5161-5481

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 08.03.2025

Düzeltilme tarihi: 12.06.2025

Kabul tarihi: 13.06.2025

Anahtar Kelimeler:

Modernlik,

Yeşilçam,

Melodram,

Kezban,

Film Çözümleme

ÖZ

Sinema yalnızca bir anlatı aracı olmanın ötesinde, toplumu hem yansıtan hem de onun dinamikleriyle şekillenen bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda, toplumsal değişim ve dönüşümler sinemanın içeriğini doğrudan etkilemiş, onun estetik ve tematik yönelimlerini belirlemiştir. Türkiye’de özellikle 1950’de çok partili siyasi sisteme geçişle ivme kazanan toplumsal dönüşüm süreci, sinemanın da anlatı yapısını ve temalarını yeniden şekillendirmiş, 1960-1980 yılları arasında yaşanan önemli ekonomik, sosyal ve kültürel değişimlerle bu etkileşim daha da belirgin hale gelmiştir. Bu dönüşüm süreci, toplumsal değerlerin, aile yapısının ve bireylerin değişen rollerinin sinemaya yansımaları da beraberinde getirmiştir. Yeşilçam sinemasında melodram, modernleşmenin ve bunun Türk toplumunda yarattığı gerilimlerin önemli bir yansıması olmuştur. Bu çalışma, Yeşilçam melodram filmlerinde modernleşmenin temsiline ve bu bağlamda Kezban (1968), Kezban Roma’da (1970) ve Kezban Paris’te (1971) filmlerinde toplumsal değişimin nasıl yansıtıldığına odaklanmaktadır. Bu filmlerin seçilme nedeni, melodram türünün karakteristik tüm özelliklerini taşımalarıdır. Bu doğrultuda çalışmanın ilk bölümünde modernleşme kavramına kısaca değinilecek ve Türkiye’nin 1950-1970 yılları arasındaki toplumsal dönüşümleri ana hatlarıyla ele alınacaktır. İkinci bölümde ise 1960’lı yıllarda Yeşilçam melodram sinemasının temel özelliklerine değinilecektir. Çalışmanın son kısmında film çözümlemeleri, betimsel analiz yöntemi kullanılarak gerçekleştirilecektir. Araştırmanın amacı, 1960’lı ve 1970’li yılların başlarında Türkiye’de yaşanan gelişme ve modernleşme süreçlerinin söz konusu filmlerde nasıl temsil edildiğini ortaya koymaktır. Analiz sonucunda bu filmlerde, modernlik ve Doğu-Batı değerlerini temsil eden kentli-köylü ikiliği anlatının temel yapısını oluşturmaktadır. Yapısı itibarıyla muhafazakâr bir tür olan melodramın tüm karakteristik özellikleri, incelenen üç filmde de belirgin bir şekilde gözlemlenmektedir.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 08.03.2025

Received in revised form: 12.06.2025

Accepted: 13.06.2025

Keywords:

Modernity,

Yeşilçam,

Melodrama,

Kezban,

Film Analysis

ABSTRACT

Cinema is not only a narrative medium, but also a structure that both reflects society and is shaped by its dynamics. In this context, social changes and transformations have directly affected the content of cinema and determined its aesthetic and thematic orientations. The process of social transformation in Turkey, which gained momentum with the transition to a multi-party political system in 1950, reshaped the narrative structure and themes of cinema, and this interaction became even more evident with the significant economic, social and cultural changes between 1960 and 1980. This transformation process also brought about the reflection of social values, family structure and changing roles of individuals on cinema. Melodrama in Yeşilçam cinema has been an important reflection of modernisation and the tensions it has created in Turkish society. This study focuses on the representation of modernisation in Yeşilçam melodrama films and how social change is reflected in the films Kezban (1968), Kezban in Rome (1970) and Kezban in Paris (1971). These films were chosen because they have all the characteristic features of the melodrama genre. Accordingly, in the first part of the study, the concept of modernisation will be briefly mentioned and Turkey's social transformations between 1950-1970 will be outlined. In the second part, the basic characteristics of Yeşilçam melodrama cinema in the 1960s will be discussed. In the last part of the study, film analyses will be carried out using the descriptive analysis method. The aim of the study is to reveal how the development and modernisation processes in Turkey in the 1960s and early 1970s are represented in these films. As a result of the analysis, the urban-peasant dichotomy representing modernity and East-West values constitutes the basic structure of the narrative in these films. All the

* DOI: 10.46442/intjcss.1653992

** Sorumlu yazar: Sezin Doğan, sezin.dogan@selcuk.edu.tr

characteristic features of melodrama, which is a conservative genre in terms of its structure, are clearly observed in all three films analysed.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Doğan, S. (2025). Ne Doğu Ne Batı: Kezban Filmleri Üzerinden Türkiye'nin Toplumsal ve Kültürel Dönüşümünde Modernleşmenin İzleri. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 11 (1), s. 140-153.

Giriş

Modernleşme, 17. yüzyılda Avrupa'da ortaya çıkan ve dünya üzerinde tüm ülkeleri farklı seviyelerde etkileyen, ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel bir değişim sürecidir. Aydınlanma Çağı ile gelen modernlik kavramı ise, geleneksel olandan yeni olana geçiş, inanç temelli düşünceden akılcılığa ve demokrasiye doğru uzanan bir süreç olarak tanımlanabilmektedir. Aklın, özgürlüğün, hümanizmin ve bireyselliğin dönemi olan bu dönem, Cevizci'nin de ifade ettiği gibi (2005: 1184), kilisenin çöküşünü, kentleşme ve sanayileşmeyi, geleneksellik yok oluşunu, liberal demokrat düşüncenin yükselişini ve toplumsal değişimleri ifade etmektedir. Modernliğin en belirgin niteliği değişimdir. Değişimin özü ise üretim ve tüketim kalıplarının değiştiği Sanayi Devrimi olarak işaret edilmektedir (Bağce, 2004:16). Üretim ve tüketim kalıplarının değişmesiyle birlikte modernleşme siyasal anlamda bütünleşme sorunlarıyla başa çıkmak için farklı kurum ve organizasyonlar yaratmış, yarattığı bu kurumlar ise daha büyük toplumsal hareketlere yol açmış ve toplumu dönüştürmüştür (Ateş, 2004, s. 76).

Türkiye'nin batılılaşma sürecini Akpınar (2015: 68) ortada kalmış bir modernleşme çabası olarak görmektedir. Ona göre, Türkiye, Osmanlı'dan itibaren Batılı olmayı istemiş ancak geleneksel düşünce kalıplarından kurtulamamıştır. Bu ikili yapı, toplumda hem kurumsal hem de bireysel düzeyde bir gerilim yaratmış, modernleşme sürecini tam anlamıyla tamamlamayı zorlaştırmıştır. Bu bağlamda, Batılılaşma hedefiyle atılan adımlar, çoğu zaman geleneksel değerlerle çatışmaya girmiştir. Bu yüzden Türk toplumu için ne Batı toplumu ne de geleneksel toplum denilebilmektedir. Bu ikili yapı ve kimlik bunalımı, kültürel üretim alanında da kendini göstermiş, özellikle popüler sanat ve sinema bu gerilimi işlemekte önemli bir rol oynamıştır. Türkiye'de 1950-1970 yılları arasındaki modernleşme çabaları dönemin Yeşilçam sinemasında oldukça etkili olmuştur. Kırel'in de belirttiği gibi (2005: 11), sinema toplumsal bağlarından bağımsız düşünülemez; zira sinema, içinde üretildiği toplumun dinamiklerini, değerlerini ve değişim süreçlerini yansıtmaya işlevi görür. Toplumsal yapıyı ve dönüşümleri anlamlandırmak, ancak yaşanan değişimlerin izini sürerek mümkündür. Bu çerçevede, Yeşilçam sineması da 1950-1970 yılları arasında Türkiye'deki toplumsal dönüşüm sürecinin bir yansıması olarak şekillenmiş ve dönemin toplumsal yapısını, değerlerini ve çelişkilerini kendi anlatı dünyasında yeniden üretmiştir. Bu dönemde Yeşilçam filmlerinde sıkça karşılaşılan mekânlar ve karakterler, Türkiye'nin modernleşme sürecindeki gerilimleri görünür kılan temsiller sunmaktadır. Yeni inşa edilen apartmanlar, gazinolar, büyük holdingler, köşklere yaşayan zengin aileler, gösterişli davetler, ev içlerinde kullanılan son model beyaz eşyalar ve Batı tarzında döşenmiş yaşam alanları, dönemin kentleşme ve tüketim kültürünün sinemaya yansıyan unsurlarından bazılarıdır. Bunun yanı sıra, köyden kente göç eden ve modern hayata uyum sağlamaya çalışan kadın karakterler ile onların karşısına konumlandırılan "Batılılaşmayı ahlaki sınırların ötesinde bir yaşam tarzı ile özdeşleştiren, erkeğin dikkatini çekme arzusunu merkeze alan, şımarık ve yozlaşmış kadın" figürleri, bu

süreçte kadının toplum içindeki dönüşen rolünü ve toplumsal cinsiyet normlarını dramatik bir çerçevede ele almaktadır. Aynı şekilde, dayanışma içinde yaşayan ve rekabetten uzak mahalle kültürü ile bireyselliğin ön plana çıktığı modern hayat arasındaki karşıtlık da Yeşilçam'ın anlatısında sıkça işlenen bir temadır. Bu dönem melodramlarında en belirgin özelliklerden biri, modernlikle gelenekselliğin sürekli bir çatışma içinde sunulmasıdır. "İyi" olarak tasvir edilen karakterler, Batılı bir yaşam tarzını benimsemiş olsa da aile değerlerine bağlı kalan, geleneksel ahlaki normları koruyan bireylerdir. Buna karşılık, "kötü" karakterler ise Batı kültürüne özenen, aile kavramını değersizleştiren ve toplumsal normlara meydan okuyan figürler olarak resmedilmiştir. Bu bağlamda, Yeşilçam melodramları yalnızca bireysel hikayeleri değil, aynı zamanda Türkiye'nin modernleşme sürecinde yaşadığı kimlik krizini ve toplumsal değerler ekseninde yaşanan çatışmaları da gözler önüne sermektedir.

Bu çalışmada, öncelikle modernlik kavramı ele alınarak, modernleşme sürecinin temel dinamikleri teorik bir çerçevede incelenecektir. Çalışmanın analizine temel oluşturması açısından, örneklem olarak seçilen filmlerin çekildiği döneme odaklanılarak, 1950-1970 yılları arasındaki Türkiye'de yürütülen modernleşme çalışmaları ve bu süreçte şekillenen gündelik hayat pratikleri değerlendirilecektir. Daha sonra, Yeşilçam melodram sinemasının temel özellikleri kısaca ele alınarak, bu türün toplumsal yapı ile kurduğu ilişki tartışılacaktır. Son olarak, yönetmenliğini Orhan Aksoy'un üstlendiği *Kezban* (1968), *Kezban Roma'da* (1970) ve *Kezban Paris'te* (1971) filmleri, betimsel analiz yöntemi kullanılarak çözümlenerek, Yeşilçam melodramlarında modernleşme olgusunun temsili irdelenecektir.

1. Kavram Olarak Modernlik

Modernlik kavramı, tarihsel süreç içerisinde farklı bağlamlarda ele alınmış ve zamanla anlamı dönüşüme uğramıştır. Cevizci'ye göre (2005: 1178) kavram, düşüncede özgürlüğü, otoritelerden bağımsızlaşmayı ve yeni ile son düşünceleri ifade etmektedir. Kavramın kökeni Latince modernus kelimesine dayanmaktadır (Ateş, 2004: 64). Terim, ilk kez 5. yüzyılda Hristiyanlık dönemini, Romalı ve pagan geçmişten ayırmak amacıyla kullanılmıştır. Bu bağlamda, modern kavramı ilk kullanımında yeni olanı yüceltirken eski dünyayı putperest olarak nitelemiştir (Kovács, 2010: 8). Bugünkü anlamıyla kullanımı ise 16. yüzyıl başlarında ortaya çıkmış ve zamanla geleneğin karşıtı olarak konumlandırılmıştır. Sunay'ın da belirttiği gibi (2004: 18), modern kavramı esasen geleneğin antitezi olarak şekillenmiştir.

Modernlik, geleneksel toplum yapısından modern toplumsal hayata geçiş sürecini ifade etmektedir. Geleneksel toplumlar, avcı-toplayıcı topluluklardan itibaren şekillenmiş ve uzun bir süre boyunca temel üretim biçimlerini korumuşlardır. Giddens'a göre (2012: 70) bu topluluklarda eşitsizlik nadiren görülmekte, bireyler maddi servet birikiminden ziyade tören ve ayinlere önem vermektedir. Toplumsal yapı, yaş ve cinsiyet rollerine dayalı olup, din ve totem gibi inanç sistemleri güçlüdür. Bu nedenle, laiklik veya laikleşme kavramlarından bahsetmek mümkün değildir. Üretim faaliyetleri topluluk üyeleri tarafından düzenlenmekte ve yalnızca tüketim için üretim yapılmaktadır. Geleneksel toplumlarda toplumsal roller doğumla belirlenirken, değer sistemleri büyük ölçüde ahiret inancına dayalıdır ve rasyonelleşme ile toplumsal farklılaşma düzeyleri düşüktür (Ateş, 2014: 71). Ancak, kendi tüketimine yönelik üretimden amaçlı üretime geçiş süreci, geleneksel toplumun modern topluma evrilmesini tetiklemiştir. Üretim araçlarının gelişimiyle birlikte iş bölümü artmış, bireysellik ön plana çıkmış, dinin toplumsal hayattaki etkisi azalmış ve geleneksel aile yapısının yerini çekirdek aile olarak kentleşme süreci hızlanmıştır (Bağcı, 2004: 14). Elias (2000: 73) modernlik kavramının, Batılı toplumların son iki-üç yüzyıl içinde ilkel toplumlardan farklı olarak sahip oldukları unsurları tanımlamak için kullanıldığını belirtmektedir. Cevizci (2005: 209) ise Batı'nın modernleşmesini 15. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar süren bir ilerleme dönemi olarak ele almaktadır. Modern hayatın temel dinamikleri, 15. ve 16. yüzyıllarda Rönesans ve Reform hareketleri, 17. yüzyılda Bilimsel Devrim, 18. yüzyılda ise Aydınlanma Çağı ile şekillenmiştir. Bu dönüşüm süreci, 1789 Fransız Devrimi ve Sanayi Devrimi ile birlikte somut bir biçimde modernleşme hareketine dönüşmüştür.

Modern kavramındaki esas değişim Rönesans'la birlikte ortaya çıkmıştır. Tarihsel olarak Antik dönem, Orta Çağ ve modern dönem şeklinde ayrılan süreçte, modern dönem eskiye karşı yeni bir anlayışı temsil etmiş ve geçmiş dönem olumsuz olarak nitelenmiştir (Hirst, 2010: 30). Bu bağlamda modern düşünce, skolastik düşüncenin karşısına yerleştirilmiş; Bacon ve Descartes felsefi düşünceyi, Galileo ise bilim anlayışını dönüştüren önemli figürler olarak ön plana çıkmıştır (Cevizci, 2005: 1178). Rönesans'la birlikte laikleşme süreci başlamış ve bu süreç modern düşüncenin temel yapı taşlarından biri haline gelmiştir. Rönesans'ın toplumsal yapıyı dönüştürme süreci de dikkate değerdir. Yılmaz'ın belirttiği gibi (2004: 129), bu dönemin sonunda aristokrat ve avam olarak adlandırılan iki sınıf Avrupa'da belirginleşmiştir. Tüketim kültürü giderek artmış; gösteriş, toplumun önemli bir parçası haline gelmiş ve lüks yaşam tarzları yaygınlaşmıştır. Bunun sonucunda zanaatkarlar, sanatçılar ve mimarlar gibi yeni toplumsal gruplar ortaya çıkmıştır. Rönesans, Aydınlanma hareketinin itici gücü olmuş ve düşünen insan modelini yaratmıştır. Bu dönem, Katolik Kilisesi ve derebeylik sistemine karşı büyük bir dönüşüm sürecini başlatmış, Luther ve Calvin'in öncülüğünde burjuva kapitalizminin temelini oluşturan Protestanlık düşüncesi güç kazanmıştır (Hançerlioğlu, 1993: 330).

Modernleşme kavramı genel itibarıyla geleneksel toplumların modern yaşama geçiş yapmaları, moderniteye ulaşmaları anlamına gelmektedir. Bir toplumun modernleşmesi, onun modern nitelikleri başarıyla içselleştirmesi ve bu doğrultuda dönüşmesi ile mümkündür. Modernleşme süreci tarihsel bir olgu olup, toplumların gelişim evrelerini anlamlandırmada önemli bir yer tutmaktadır (Ateş, 2004: 63-65). Modernliğin ortaya çıkışı büyük ölçüde ekonomik düzenin dönüşümüyle ilişkilidir. Bakırezer'e göre (2004: 189), modern Batı toplumlarının ekonomik yapısı kapitalist sistem üzerine inşa edilmiştir. Kapitalist ekonomi, devletin ekonomik alana müdahalesini sınırlandırarak serbest piyasa koşullarını yaratır. Kapitalist üretim ilişkileri içinde sanayileşme, modern toplumun temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Bu bağlamda, modern toplum kavramı kapitalizm ve endüstri toplumu ile doğrudan ilişkilidir.

2. 1950 ve 1970'li Yıllarda Türk Modernleşmesi ve Gündelik Hayat

Osmanlı'dan itibaren Türkiye'nin Batılılaşma çabası içinde olduğu bilinen bir gerçektir. Cumhuriyet döneminde bu çabalar belirli ölçüde sonuç vermiş olsa da ilerleyen yıllarda izlenen politikalar nedeniyle modernleşme süreci istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Türkiye'de modernleşme her zaman geleneksel değerlerle çatışma içinde olmuş, toplumsal yapıda ikili bir gerilim yaratmıştır. Bu çalışmada, toplumsal modernleşme kavramı çerçevesinde 1950-1970 yılları arasındaki dönüşüm sürecinin incelenmesi rastlantısal bir tercih değildir. Kirel'in de belirttiği gibi (2005: 26), 1960'lı yıllardaki toplumsal olayları ve modernleşme süreçlerini değerlendirirken, 1950'li yıllardan devralınan mirası göz ardı etmemek gerekmektedir. Nitekim 1950 yılı, Türkiye'nin siyasi ve toplumsal yapısında köklü değişimlerin yaşandığı bir dönemin başlangıcıdır.

Bu yıllarda Türkiye, çok partili siyasi hayata adım atmış ve Demokrat Parti (DP) iktidarıyla birlikte hem iç hem dış politikada önemli dönüşümler gerçekleşmiştir. İktidarın ilk icraatları, özellikle ekonomik alanda belirgin bir şekilde hissedilmiş ve Karpat'a göre (2019, s. 169), DP'nin ekonomi politikaları başlangıçta başarılı sonuçlar vermiştir. Bu başarının en büyük etkenlerinden biri, özel girişime verilen önemin artırılması olmuştur. DP yöneticileri, her mahallede bir "milyoner yaratma" ve "küçük Amerika" olma söylemleriyle özel sektöre ve yabancı yatırımlara kapılarını açmış; bu politikalar ilk etapta olumlu sonuçlar doğurmuştur. Tarım ve madencilik sektörlerine verilen destekle birlikte ihracat odaklı bir ekonomi benimsenmiş, sanayileşme süreci ise arka planda bırakılmıştır. Bu politikanın somut yansıması, özellikle karayolu yapımına verilen önemle kendini göstermiştir. Ülke genelinde yolların asfaltlanması, otobüs taşımacılığını yaygınlaştırmış ve böylece Türk otomotiv sektörünün temelleri atılmıştır. Bunun yanı sıra, yeni yollar turizm sektörünün gelişmesine de zemin hazırlamıştır (Ahmad, 2015: 139-140). Karayollarının yaygınlaşması, kent yaşamında otomobil kullanımını artırmış ve bu dönemin toplumsal dönüşümünün simgelerinden biri haline gelmiştir. Kirel'e göre (2005: 18-19) otomobil 1950'li yılların fenomenlerinden biridir ve bu durum dönemin popüler sinemasına da yansımıştır. Şoför Nebahat ve Küçük Hanımefendi gibi filmlerde otomobil, toplumsal değişimin ve modernleşme çabasının bir göstergesi olarak öne çıkmaktadır.

DP döneminde ekonomik politikaların bir diğer önemli ayağı, tarımsal üretimi desteklemek olmuştur. Çiftçilere ucuz kredi sağlanmış, tarım ürünlerinin fiyatları yüksek tutulmuş ve kırsal ekonomiye yönelik teşvikler artırılmıştır (Zürcher, 2020: 260).

1950’li yılların toplumsal dönüşüm sürecindeki en dikkat çekici gelişmelerden biri de iç göç hareketleridir. Kırsal kesimden kentlere doğru kitlesel bir göç dalgası yaşanmış ve bu göç geçici bir hareketlilikten ziyade, kalıcı bir yerleşim sürecine dönüşmüştür. Hızlı nüfus artışı, tarımsal üretimde fırsat eşitsizliği ve sanayileşmenin kent merkezlerinde yoğunlaşması 1950’li yıllardan itibaren iç göçün temel dinamiklerini oluşturmuştur (Zürcher, 2020: 262). Ancak kentlere göç eden nüfus için yeterli konut alanlarının bulunmaması, yoksul kesimlerin barınma ihtiyacını kendi imkanlarıyla çözmesine yol açmıştır. Böylece Türkiye’nin kentleşme sürecinde önemli bir olgu haline gelen gecekondu yerleşimleri ortaya çıkmıştır. Yıldız’a göre (2018: 7), 1950 sonrası ülkeye giren yabancı sermaye, kentlerdeki işgücünü artırarak kentleşme sürecini hızlandırmış ve bu durum plansız yapılaşmayı da beraberinde getirmiştir. Gecekondular, altyapı eksiklikleri nedeniyle sağlıklı koşullarda inşa edilmiş ve genellikle sanayi bölgelerine yakın alanlarda yoğunlaşmıştır. 1950’de başlayan iç göç süreci, ilerleyen yıllarda daha geniş çaplı toplumsal dönüşümlere yol açmış, gecekondu zamanla daha olumsuz çağrışımlar barındıran varoşlara evrilerek kent literatürüne yeni bir kavram kazandırmıştır. Nüfus artışı ve kentleşme süreci, bireylerin tüketim alışkanlıklarında da köklü değişimlere neden olmuştur. Geleneksel yaşam pratiklerinden uzaklaşan toplum, gösterişçi bir tüketim anlayışını benimsemeye başlamıştır. Marshall Planı, tüketimi modernleşmenin ve demokratikleşmenin ayrılmaz bir parçası olarak topluma yaymış, böylece yeni bir yaşam tarzı ortaya çıkmıştır (Çakır vd., 2020, s. 138-142).

27 Mayıs 1960 askeri darbesi, kentleşme ve sosyoekonomik yapıdaki değişimlerin yanı sıra siyasi yapıyı da önemli ölçüde dönüştürmüştür. 1961 Anayasası ile politik hayata ideolojik temalar dahil olmuş ve partiler arası rekabetin yerini ideolojik kutuplaşmalar almıştır (Ergüder, 2000: 290). Türkiye, bu dönemde ekonomik büyüme açısından yüksek bir ivme yakalamış ve özellikle Almanya’ya büyük çaplı işgücü göçü vermeye başlamıştır. 30 Ekim 1961 tarihinde Türkiye ile Almanya arasında imzalanan İşgücü Sözleşmesi, bu göç hareketinin resmi başlangıcını oluşturmuş ve Türkiye vatandaşlarının yurt dışında kalabalık topluluklar halinde yaşamalarının önünü açmıştır (Yaylacı, 2020: 210). Sanayileşme süreci, tüketim alışkanlıklarını da köklü bir biçimde dönüştürmüştür. İmalat sanayisindeki gelişmeler sanayi burjuvazisinin gücünü artırmış, tekstil sektörü büyümüş ve moda anlayışı modernleşmenin önemli bir göstergesi haline gelmiştir. Batı menşeli tüketim ürünleri giderek yaygınlaşmış ve toplumun beslenme alışkanlıkları bile değişime uğramıştır; geleneksel içeceklerin yerini Coca-Cola ve Fanta gibi markalar almaya başlamıştır (Ahmad, 2015, s. 162). 1960’lı yılların başında kent yaşamında dikkat çeken bir diğer gelişme apartmanlaşma sürecidir. Kent içindeki gecekondu yerleşimlerinin yanı sıra, apartmanlar yükselişe geçmiş ve apartman hayatı modernleşmenin sembollerinden biri olarak algılanmıştır (Kırel, 2005: 14-17). Bu durum, kent nüfusundaki sosyoekonomik ayrışmayı da beraberinde getirmiştir. Kentleşme, toplumsal değişim sürecinin belirleyici unsurlarından biri haline gelmiş, aile yapısından gündelik yaşam pratiklerine kadar pek çok alanda dönüşüme yol açmıştır. Kırsaldan kente göç eden bireyler için kent hayatına uyum sağlamak kolay olmamış, bu süreçte geleneksel normlarla modern yaşam arasındaki gerilim belirgin bir şekilde hissedilmiştir (Özsoy, 2016: 283).

Demir’e göre (2004: 224), Türkiye’nin modernleşmesi, Batı’daki örneklerden farklı olarak devlet eliyle ve yukarıdan aşağıya doğru bir modelde gerçekleşmiştir. Geç başlayan bu süreç, rasyonalizmi tam anlamıyla içselleştirmeden yüzeysel bir modernleşme yaratmış ve devletin modernleşme üzerindeki kontrolü DP dönemine kadar sürmüştür. Ancak DP hükümetinin sona ermesi ile devletin modernleşme üzerindeki tekelinin sarsılması, siyasi ve toplumsal dönüşüm süreçlerini hızlandırmış ve sonrasında Türkiye’yi darbeler dönemine sürüklemiştir.

3. 1960 ve 1970’li Yılların Yeşilçam Melodram Sineması

Ele alınan dönemin Yeşilçam melodram sinemasını incelemeyi önce, melodram kavramına değinmek yerinde olacaktır. Melodram terimi, Yunanca melos (şarkı) ve Fransızca drame (oyun) kelimelerinin

birleşiminden türemiş olup, şarkılı oyun anlamına gelmektedir (Akpınar, 2015: 65; Soyer, 2021: 145). Batı modernleşmesinin bir yansıması olan melodram, önce tiyatro ve edebiyatta, ardından sinemada bir tür olarak kendini göstermiştir (Sadakaoğlu, 2019: 1183). Melodram filmlerinin en dikkat çekici özelliği, anlatısının basit ve doğrudan olmasıdır. Bu tür filmlerde akıldan çok duygulara hitap edilir; iyiler ve kötüler keskin bir biçimde ayrılır ve bu karakterler hikaye boyunca değişmez nitelikte kalır. Duygu durumları sıklıkla müzik eşliğinde vurgulanırken, anlatıda kadın figürü fedakar bir karakter olarak konumlandırılır. Aile, kutsal bir kurum olarak sunulur ve korunması gereken bir değer olarak vurgulanır. Bu bağlamda, kadın ve erkeğin temel görevi, aile kurarak bu değeri sürdürmektir (Abisel, 2005: 74; Özsoy, 2016: 285). Melodramlarda rastlantılar olay örgüsünün ilerlemesini sağlarken, anlatının temel çatışma noktası genellikle yanlış anlamalar üzerine kuruludur. Yakın plan çekimler ve karakterlerin mimiklerine yapılan vurgu, duygusal etkileyciliği artıran sinematografik unsurlar olarak öne çıkar (Kırel, 2005: 275). Melodram, modernleşme süreciyle birlikte şekillenmiş ve kent yaşamının sunduğu yeni deneyimler, eğlence biçimleri ve toplumsal ilişkiler melodram türünün anlatılarında önemli bir yer tutmuştur (Akpınar, 2015: 69). Modernleşme ve kentleşmenin getirdiği değişimler, bireyler için yeni sosyal alanlar yaratsa da aynı zamanda geçmişe yönelik bir özlem duygusunu da beslemiştir. Batılılaşma sürecine dahil olmak isteyen kesimler, bir yandan çağdaş bir yaşam arzusunu taşıırken, diğer yandan eskiye duydukları nostalji nedeniyle sıcak ve samimi mahalle kültürüne özlem duymuşlardır. Ekonomik sorunlarla mücadele eden kitleler için ise melodram filmleri, sınıf atlamanın mümkün olduğu hayali bir dünyayı temsil etmiştir. Bu bağlamda, melodram hem geleneksel değerlere hem de modernleşme arzusuna hitap eden bir anlatı sunarak toplumsal gerilimleri yansıtan bir tür haline gelmiştir.

Türk sinemasında melodram türünün yaygınlaşması, İkinci Dünya Savaşı'nın etkisiyle şekillenmiştir. Savaş nedeniyle Avrupa'dan ithal edilemeyen Amerikan filmleri, Mısır üzerinden Türkiye'ye ulaşmıştır. Türk izleyicisi tarafından büyük ilgi gören Mısır yapımı filmler, yoğun melodramatik öğeler ve bol şarkılı sahneleriyle dikkat çekmiştir. Bu filmler, zamanla Türk yapımcılar tarafından uyarlanarak şarkılı melodram türünün ortaya çıkmasına neden olmuştur (Esen, 2016: 40). 1960-1970 yılları arasındaki melodram filmleri, özellikle kadın izleyici kitlesini hedef almıştır. Mutlu sonla biten, masalsı bir atmosferde geçen aşk hikayeleri, kadın izleyicilerin gündelik hayatın sıkıntılarından bir süreliğine uzaklaşmasını sağlayan bir kaçış alanı sunmuştur. Anlatılar genellikle ev içi mekanlarda geçmekte ve olay örgüsü ayrılık-tehlike-birleşme döngüsü üzerine kurulmaktadır. Kadın karakterler edilgen ve pasif bir yapıya sahipken, erkek karakterler aktif ve denetleyici bir rol üstlenmektedir. Bu filmlerde modern ve geleneksel değerler bir arada sunulsa da anlatı yapısı içinde geleneksel olan her zaman ön plana çıkarılmakta ve ailenin devamlılığı için korunması gerektiği vurgulanmaktadır (Özsoy, 2016: 290-294). 1960'lı yıllar, Yeşilçam sinemasının toplumla en yoğun etkileşim içinde olduğu dönemlerden biridir (Kırel, 2005: 296). Seyircinin taleplerinin belirleyici olduğu bu dönemde, Yeşilçam sineması halkın beklentilerine duyarlı bir yapı sergilemiş, toplumun kültürel kodlarını ve arzularını başarıyla yansıtmıştır. 1960-1970 yılları arasındaki toplumsal dönüşümler ve popüler romanlara duyulan yoğun ilgi, Yeşilçam sinemasının içerik üretiminde önemli bir etkiye sahip olmuştur. Özsoy'un da belirttiği gibi (2016: 284), bu dönemin en belirgin özelliklerinden biri, popüler romanların sinemaya uyarlanmasıdır. Kerime Nadir, Muazzez Tahsin Berkand ve Esat Mahmut gibi yazarların romanları, dönemin filmlerinde sıkça karşılaşılan anlatılar arasında yer almaktadır.

Melodramlar, toplumsal değişimlerin bireyler üzerindeki yansımalarını merkeze alarak modernleşme sürecini dramatik bir anlatı formuna dönüştürmüştür. 1960'lı yıllarla birlikte, bu dönüşüm sürecinin bireysel ve toplumsal çatışmalara yol açtığı vurgulanmış, filmler modernleşme dinamikleriyle geleneksel değerler arasındaki gerilimi temel anlatı unsuru olarak işlemiştir. Bu bağlamda, en dikkat çekici anlatı kalıplarından biri, kırsal kökenli kadın karakterlerin kent yaşamına uyum sağlayıp Batılı bir kimliğe bürünmesi ve bu dönüşümle birlikte toplumsal statülerinde yükselmeleridir. Bu süreç, modernleşmenin birey üzerindeki etkilerini görünür kılarken, aynı zamanda sınıfsal hareketliliğin sinemasal bir temsili olarak da karşımıza çıkmaktadır. Yeşilçam sineması, Batılı hayat tarzını her zaman erişilmesi arzulanan bir ideal olarak sunarken, aynı zamanda bu yaşam biçiminin Anadolu değerleriyle dengelenmesi gerektiği fikrini işlemektedir (Kırel, 2005: 190). Bu doğrultuda, Yeşilçam melodramlarının anlatı yapısı, Doğulu-Batılı ve köylü-kentli gibi ikili karşıtlıklar üzerine inşa edilmektedir. Bu karşıtlıklar anlatının rastlantısal

unsurları değil, dönemin sosyolojik gerçeklikleriyle doğrudan bağlantılı temalar olarak öne çıkmaktadır. 1960'lı yıllarda kırdan kente gerçekleşen büyük ölçekli göçler hem göç eden bireyler hem de kentte yaşayanlar açısından önemli dönüşümlere yol açmıştır. Göç edenler için kent hayatına uyum sağlamak zorlayıcı bir süreç olurken, kent sakinleri de yeni gelen nüfusla sosyal alanlarını paylaşmak durumunda kalmıştır. Bu sosyolojik gerçeklik, Yeşilçam melodramlarında sıkça işlenen bir çatışma unsuru olarak kendini göstermektedir.

4. Film Çözümlemeleri

Bu bölümde, 1968-1971 yılları arasında Orhan Aksoy'un yönetmenliğinde çekilen *Kezban* (1968), *Kezban Roma'da* (1970) ve *Kezban Paris'te* (1971) filmleri betimsel analiz yöntemiyle çözümlenecektir. Söz konusu üç film, modernleşme kavramı çerçevesinde ele alınarak kadın ve erkek temsilleri üzerinden incelenecektir. Filmlerin ana kadın karakterini canlandıran Hülya Koçyiğit, serinin tüm yapımlarında sabit bir figür olarak yer alırken, erkek başroller İzzet Günay ve Ediz Hun tarafından paylaşılmıştır. İlk film olan *Kezban* (1968), Muazzez Tahsin Berkand'ın 1941'de yayımlanan aynı adlı romanından sinemaya uyarlanmıştır.

Filmlerdeki karakter isimleri, anlatının yapılandırılmasında ve karakter temsillerinin şekillendirilmesinde belirleyici bir unsurdur. *Kezban* ismi, filmdeki kadın karakterin nitelikleriyle uyumlu bir biçimde "evine ve eşine bağlı kadın" anlamını taşımaktadır. Erkek karakterlerin isimleri ise sırasıyla Ferit (eşi benzeri olmayan), Erol (yiğit ve doğru) ve Ayhan (han, hükümdar) anlamlarına gelmektedir. Bu adlandırmalar, filmdeki toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl yapılandırıldığını anlamak açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Kadın karakterlerin kimlikleri ev ve aile kurumu ile ilişkilendirilirken, erkek karakterler daha güçlü, otoriter ve bağımsız figürler olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda, karakter isimleri dahi filmlerdeki toplumsal cinsiyet normlarının pekiştirilmesine katkıda bulunmakta ve anlatının alt metnini oluşturan ideolojik çerçeveyi güçlendirmektedir.

4.1. *Kezban* (1968) Filmi Analizi

Yeşilçam melodramları, toplumsal değişimleri dramatik yapısı içinde işleyerek izleyicisine hem modernleşme arzusunu hem de geleneksel değerlere bağlı kalma gerekliliğini hissettiren bir anlatı sunar. *Kezban*, bu anlatı örüntüsünün en belirgin işlendiği filmlerden biridir. Film, bireysel bir dönüşüm hikayesi üzerinden Türkiye'nin modernleşme sürecine dair önemli ipuçları verirken, kırsal ve kentsel değerlerin karşılaştırıldığı dramatik bir çerçeve sunmaktadır. *Kezban*'ın taşradan kente gelişi ve burada yaşadığı dönüşüm, yalnızca bireysel bir değişim hikâyesi değildir. Bu anlatı, 1950'lerden itibaren hızlanan kentleşme süreciyle birlikte geleneksel yapısını korumaya çalışan Anadolu insanının, modern kent hayatıyla yüzleşmesi olarak okunabilmektedir. *Kezban*'ın İstanbul'a geliş anı, taşradan kente gelen bireyin karşılaştığı kültürel şoku temsil eder. Daha ilk andan itibaren *Kezban*, büyük şehir hayatının normlarından dışlanmış, farklı kıyafetleri ve geleneksel tavırları nedeniyle alay konusu olmuştur. Özellikle Ferit'in *Kezban*'ın kıyafeti üzerine "Gemlik modası böyle mi oluyor?" şeklindeki küçümseyici ifadesi ve yine ismi üzerinden "Anadolu'dan geliyorsa adı ya *Kezban*'dır ya da Ayşe" cümlesi, taşralı bireyin kentli tarafından nasıl algılandığını yansıtmaktadır. *Kezban*'ın kıyafeti ve ismi üzerinden yapılan bu eleştiriler karşısında sessiz kalması, geleneksel kadının suskun, itaatkâr ve sabırlı duruşunu temsil eder. Ancak filmin ilerleyen sahnelerinde *Kezban*'ın sessizliğinin bir direnç biçimi olduğu anlaşılır; karakter, kendini değiştirmeden kabul ettirmek yerine, modern hayatın kodlarını çözerek ve dönüşerek bir özne haline gelir.

Kezban'ın kente uyum sürecinde geçirdiği dönüşüm, kıyafetler ve dış görünüş üzerinden anlatılır. Yeşilçam melodramlarında modernleşme, bireyin düşünsel ya da kültürel anlamda dönüşümünden ziyade, fiziksel değişimiyle ilişkilendirilmiştir. *Kezban*'ı seven ve incinmesini istemeyen bir figür olan halanın "kıyafetini değiştirirsen, onlar da seni kabul eder" şeklindeki yönlendirmesi, modernleşmenin yüzeysel ve biçimsel bir kavrayışla ele alındığını gösterir. Filmde modernliğin göstergeleri olarak köşkler, arabalar, tekneler ve batılı

tarzda kıyafetler öne çıkar. Kezban'ın dönüşümü, yalnızca bir kimlik değişimi değil, aynı zamanda sınıfsal bir hareketlilik olarak da okunabilir. Nitekim Yeşilçam sinemasında sınıf atlama, genellikle kadın karakterlerin güzelleşmesi ve şehirli kimliğe bürünmesiyle mümkün hale gelir.

Kezban'ın taşralı oluşu, onun namuslu, gururlu ve çalışkan biri olarak kodlanmasını sağlar. Buna karşılık şehirli kadın karakterler, Batılı giyim tarzları ve bireysel özgürlükleriyle ahlaki yozlaşmanın temsilcisi olarak sunulmaktadır. Bihter'in Ferit ile olan ilişkisinde evlilik beklentisi olmaması, onun "modern ama yozlaşmış" bir kadın figürü olarak inşa edilmesine neden olur. Kezban, Bihter'in Ferit ile öpüştüğünü gördüğünde, masumiyetini ve ahlaki üstünlüğünü korumak adına oradan kaçır. Bu sahne, geleneksel değerlere bağlı kadın karakterin, modernleşmenin getirdiği bireysel özgürlükler karşısında duyduğu rahatsızlığı yansıtır. Yeşilçam melodramlarında, kadının cinselliği yalnızca "ahlaklı" bir bağlamda, yani evlilik içinde meşru kılınır. Bu nedenle, Kezban ve Ferit arasındaki aşkın meşruiyeti ancak filmin sonunda, Kezban'ın modernleşme sürecini tamamlaması ve Ferit'in onu fark etmesiyle sağlanır.

Kezban'ın eğitim hayatına yönelmesi, onun yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda zihinsel bir dönüşüm geçirdiğini de gösterir. Notre Dame de Sion gibi Batılı eğitim veren bir liseye gitmesi, onun modernleşme sürecinin entelektüel yönünü vurgular. Ancak film, Kezban'ın modernleşmesini çalışan bir kadın olarak değil, toplumsal olarak kabul gören bir estetik dönüşüm süreci üzerinden anlatmayı tercih eder. Bu yüzden film boyunca Kezban'ı mesleki bir alanda çalışırken görmeyiz; onun dönüşümü, kendisini modern bir kadın figürüne dönüştürmesiyle sınırlandırılmıştır. Kezban, eğitim almış, Fransızca öğrenmiş ve sanatla ilgilenmiş bir genç kadın olarak inşa edilse de nihai hedefi akademik ya da mesleki bir amaç değil, toplum içinde kabul gören bir kadın olmaktır. Yeşilçam sinemasında modernleşmenin en önemli aşaması, kadının fiziksel dönüşümüdür. Kezban'ın dönüşümü, babasının çalışanı olan bir mimarın yaptığı resim üzerinden sembolize edilir. Kezban, zamanla bu resimdeki kadına dönüşerek kendisini yeniden inşa eder. Saçlarını kesmesi, batılı tarzda kıyafetler giymesi, onun artık modern bir birey olarak kabul edildiğinin göstergesidir. Film, bu noktada modernleşmenin aslında bir öz değiştirme değil, bir biçim değişimi olduğu mesajını verir. Kezban değişmiş, ancak özünü kaybetmemiştir. Modern kıyafetler içinde olsa da geleneksel değerlere bağlı, ailesine sadık ve erdemli bir kadın olarak kalmıştır.

Ferit'in Avrupa'da eğitim almış bir doktor olarak yurda dönüşü, Yeşilçam sinemasının modernleşme anlayışının sınırlarını belirleyen önemli bir unsurdur. Filmlerde, Avrupa'da eğitim görmek bireyin toplumsal statüsünü yükselten bir unsur olarak görülse de bu eğitim mutlaka yurda dönüş ile taçlandırılmalıdır. Avrupa'da alınan bilgi ve birikim, ancak Türkiye'de kullanıldığı sürece meşru kabul edilir. Yurda dönen Ferit, Kezban'ı gördüğünde onun geçirdiği dönüşüme şaşırır ve artık dikkat çeken, erkekler üzerinde etkili bir genç kadına dönüştüğünü ifade eder. Böylece Kezban, modernleşmesini tamamlamış olarak kabul edilse de bu dönüşüm esasen onun bir birey olarak güçlenmesinden ziyade, erkek bakışı tarafından arzu nesnesi olarak onaylanmasıyla pekiştirilir.

Filmin dramatik zirvesi, Kezban'ın babasının ölümüne tanıklık etmesiyle yaşanır. Kezban'ın babası olduğunu bilmeden yanında bulunduğu Ali Bey'in ona gerçeği açıklaması, melodramın klasik geç açıklanan sır formülüne uygun bir yapı sunar. Ancak filmde baba figürünün varlığı, toplumsal normlar açısından bir otoriteyi temsil etmektedir. Kezban, babasını affederek melodramın "bağışlayıcı kadın" idealine uygun bir karakter sergiler. Baba figürü öldüğünde, Kezban'a miras olarak bir apartman bırakması, filmin modernleşme anlatısıyla doğrudan ilişkilidir. 1960'larla birlikte apartman kültürü kentleşmenin en önemli göstergelerinden biri haline gelmiş, geleneksel mahalle hayatının yerini apartman yaşamı almıştır. Kezban'ın babasından kalan mirasın bir apartman olması, onun geleneksel taşra kimliğinden sıyrılıp kentli bir birey haline geldiğini sembolize eder. Filmin anlatı yapısında bir diğer kırılma noktası, Kezban'ın Ferit ile Bursa'ya gitmesidir. Hukuki bir gerekçeyle gerçekleştirilen bu seyahat, iki karakterin baş başa vakit geçirmesine imkân tanıyarak romantik yakınlaşmalarını yoğunlaştırır. Ancak bu yakınlık Yeşilçam melodramlarının muhafazakâr anlatı kodları çerçevesinde sınırlandırılmıştır. Kezban ve Ferit birlikte yemek yer, dans eder ve şehirde dolaşırlar. Ancak geceyi otelde ayrı odalarda geçirirler. Bu detay, Yeşilçam sinemasının romantik ilişkilerde cinselliği dışlayan anlatı stratejisinin belirgin bir örneğidir. Erdoğan (2004, s. 182), Yeşilçam melodramlarında iç ve dış mekân ayrımı üzerinden şekillenen cinsel temsillere dikkat çeker. Ona göre, kadın ve erkek karakterler arasındaki aşk ilişkileri, iç mekâna –yani mahrem alana– taşınmaz; bu durum, karakterlerin cinselliklerini bastırmalarına neden olur. Kezban ve Ferit'in otelde ayrı

odalarda kalmaları, bu bastırmayı açıkça gösterir. Dolayısıyla kadın karakter, sevdiği erkekle baş başa kalmasına rağmen fiziksel yakınlaşma yaşamaz ve bu yolla “ahlaklı kadın” normuna uygun biçimde konumlandırılır. Bu anlatı tercihi, Yeşilçam’ın toplumsal cinsiyet temsillerinde kadına biçtiği sınırlı rollerin ve dönemin muhafazakâr değer yargılarının sinemaya yansımaları olarak okunabilmektedir.

Filmin finali, Kezban’ın taşraya geri dönüşüyle gerçekleşir. Ancak bu dönüş, bir başarısızlık ya da reddediş anlamına gelmez. Kezban, modernleşmiş, ancak özünü kaybetmemiş bir kadın olarak yeniden memleketine döner. Sonradan kız kardeşi olduğunu öğrenen Lale’nin gelip Kezban’dan af dilemesi, modern hayatın yozlaşmış bireylerinin aslında Kezban gibi saf ve erdemli insanlara muhtaç olduğunu ima eder. Film, modernleşmeyi reddetmeden, ancak geleneksel değerleri de koruyarak ideal bir birey yaratmanın mümkün olduğu fikrini izleyiciye sunar.

Kezban, klasik Yeşilçam melodram anlatısına uygun olarak modernleşme ve gelenek arasındaki dengeyi kurmaya çalışan bir filmidir. Köylü-kentli, fakir-zengin, modern-geleneksel ikilikleri üzerine kurulu anlatı yapısıyla, dönemin toplumsal değişimlerini sinematik bir çerçevede yeniden üretmektedir. Kezban, modernleşir ama yozlaşmaz; şehirli olur ama masumiyetini kaybetmez. Film, modernleşmenin kaçınılmaz olduğunu kabul etmekle birlikte, bunun geleneksel değerlerle dengelenmesi gerektiğini vurgulayan tipik bir Yeşilçam melodramı olarak öne çıkmaktadır. Film, taşrada başlayıp taşrada bitmesine rağmen Kezban’ın evlenerek kent yaşamına döneceği, modern hayatın içinde geleneksel aile düzenini devam ettireceğini hissettirmektedir.

4.2. *Kezban Roma’da* (1970) Filmi Analizi

Kezban Roma’da filmi, modern bir Külkedisi masalını andıran yapısıyla, kadın karakterin sınıfsal ve kültürel dönüşümünü merkeze alan bir hikâye anlatmaktadır. Film, geleneksel değerlerin savunulduğu ancak modernleşmenin de kaçınılmaz olarak benimsendiği bir anlatı sunarak, Türkiye’nin o dönemdeki modernleşme sürecine dair önemli ipuçları vermektedir. Kezban karakteri, önceki filmde olduğu gibi burada da taşradan gelen, masumiyet ve saflıkla özdeşleştirilen bir figür olarak sunulur. Karadeniz’de balıkçı babasıyla mutlu bir yaşam süren Kezban’ın dünyası, geleneksel değerlerle şekillenmiştir. Film, düğün sahnesiyle açılır; burada kadınlar geleneksel rollerine uygun olarak yemek hazırlarken, erkekler toplumsal hayatın daha dışa dönük yönünü temsil etmektedir. Bu sahne, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl içselleştirildiğini ve kadınların kamusal alanda değil, özel alanda var olmaya teşvik edildiğini gösterir. Düğün, aynı zamanda kolektif dayanışmayı ve kırsal toplumun iç içe geçmiş ilişkilerini simgelerken, bu yapının Kezban’ın taşraya bağlılığını vurguladığı da açıktır. Ancak bu geleneksel dünya, babasının ani ölümüyle Kezban için sona erer. Artık taşrada tek başına var olamayacağı, bir koruyucu figüre—bir baba, bir amca ya da bir eşe—ihtiyaç duyduğu düşüncesi toplumsal normlarla pekiştirilir. Komşularının Kezban’a yalnız yaşayamayacağını söylemesi ve İstanbul’a amcasının yanına gitmesini öğütmesi, Yeşilçam melodramlarında sıkça rastlanan bir anlatı motifidir. Şehir, bir umut kapısı olarak sunulurken, aynı zamanda tehlikelerle dolu bir yer olarak da tasvir edilir. Bu çelişki, modernleşme sürecine duyulan ikircikli yaklaşımı yansıtır: Şehirde sınıfsal hareketlilik mümkündür, ancak bu hareketlilik belirli kurallar çerçevesinde gerçekleşmelidir.

Kezban, amcasının köşküne ulaştığında onu burada şiddet ve aşağılama karşılar. Üvey kuzeni ona kırbaçla vururken, yengesi onu küçümseyici bir tavırla karşılar. Bu karakterler Yeşilçam melodramlarının klasik kötü figürleridir. Kezban’a yapılan baskılar, onun saf ve temiz Anadolu kızı imajını güçlendirirken, karşısına koyulan kötüler modern hayatın yozlaşmış, bencil ve çıkarıcı insanları olarak resmedilir. Ancak film boyunca Kezban yalnız değildir. Yeşilçam melodramlarının önemli bir unsuru olan hizmetçiler, burada da anlatıya dahil edilir. Hizmetçiler alt sınıftan gelen ancak Kezban gibi ahlaki değerleri bozulmamış bireyler olarak konumlandırılmışlardır. Seyirci için bir özdeşleşme noktası sunan bu karakterler, aynı zamanda Kezban’ın sınıf atlama sürecinde ona rehberlik eden figürlerdir (Kirel, 2005: 240). Melodramlarda, sınıfsal geçişi mümkün kılan unsurlar genellikle tesadüfler ve dayanışmadır. Kezban’ın köşkteki hizmetçilerle kurduğu bağ, onun dönüşüm sürecinde kilit rol oynar.

Erol ile Kezban’ın ilk tanışması filmin açılış sahnesinde verilmiştir. İkisinin yollarının bu kez kesişmesi, bir plaj sahnesinde gerçekleşir. Plaj, filmin modernleşme anlatısının önemli bir mekanıdır. Plajda olan ve Kulüp adı verilen bu alanlar, sadece belirli bir sınıfa ait insanların girebildiği, toplumsal hiyerarşiyi

somutlaştıran yerlerdir. Kezban, onun taşralı geçmişini temsil eden başörtü ve örgülü saçlarıyla yine aşağılanır ve küçümsenir. Erol, Kezban'ı ilk başta tanımaz ve ona gösterilen bu tavırlara karşı tepkisini belli eder. Erol'un modernleşme anlayışı, romantik bir çerçevede kurgulanmıştır. O, her ne kadar Batılı yaşam tarzını benimsemiş gibi görünse de aslında geleneksel aile yapısına duyduğu özlemi dile getirir. Buna karşılık, modern hayatın içinde konumlandırılan “kötü” kadın karakterler evliliği gereksiz bulmaktadır. Yeşilçam melodramlarında aile bütünlüğünü tehdit eden unsurlar genellikle modern, zengin ve bağımsız kadın figürleridir. Burada da aynı karşıtlık işlenmekte, Kezban'ın ahlaki üstünlüğü modern kadının bencil ve sorumsuz duruşuyla tezat oluşturacak şekilde anlatıya dahil edilmektedir. Kezban'ın dönüşümü, bir kıyafet balosunda zirveye ulaşır. Köşkte çalışanlar, Kezban'ı bir prensese dönüştürerek onun sınıfsal geçişini mümkün kılar. Bu sahne, Yeşilçam'ın Kükredisi anlatısına olan yakınlığını gözler önüne serer. Baloda Erol, Kezban'a aşık olur ancak onun kimliğini fark edemez. Kadın, yalnızca sevdiği erkek için modernleşir ve güzelleşir. Bu sahnede Kezban ve Erol'un kıyafetleri de anlamlıdır: Kezban prenses gibi giyinirken, Erol da bir prens kostümü içindedir. Ancak bu masalsi atmosfer, kısa sürede sona erer. Kezban, gece bittiğinde köşke geri döner, eski kıyafetlerini giyer ve geleneksel kimliğine geri döner. Modernleşme, ancak geçici bir süreçtir; kadının dönüşümü, ancak erkek tarafından onaylandığında kalıcı hale gelir.

Erol'un Roma'ya gitmesi, modernleşmenin bir diğer sembolü olan Batı'ya açılma temasını işler. Ancak burada da Yeşilçam melodramlarının genel kalıbı korunur: Avrupa, modernliğin kaynağıdır ancak kalıcı bir mekân olarak sunulmaz. Tıpkı *Kezban* (1968) filminde olduğu gibi, yurtdışına giden karakterler eninde sonunda geri dönmek zorundadır. Kezban'ın Roma'ya gitmesi, onun dönüşüm sürecini tamamlaması için bir araçtır. Ancak bu süreç, bir mesleki ya da entelektüel ilerlemeden çok, fiziksel ve estetik bir değişimi ifade eder. Kezban, Roma'da sürekli farklı saç modelleriyle gösterilir; bu değişim, onun modernleşme sürecinin tamamlandığını vurgular.

Filmin finali, melodramın muhafazakâr yapısını pekiştiren bir kapanış sunar. Kezban'ın gerçek kimliği gazeteler aracılığıyla ifşa olur. Gazeteler, bu dönem seyircisinin ve toplumsal hayatının en önemli kültürel kaynakları arasındadır. Seyahatlerin bile gazete tarafından sağlanıyor oluşu gazetelerin önemine işaret etmektedir. Gerçeği öğrenen Erol, Kezban'ı hizmetçi diyerek aşağılar. Bu noktada, kadın karakterin gerçek kimliği yine bir kriz yaratır. Kezban, artık ne tam anlamıyla taşralıdır ne de bütünüyle kentli kabul edilmektedir. Bu bunalımın çözümü intihar girişimiyle sağlanır. Ancak melodramın kuralları gereği, kadın karakter affedilmeli ve korunmalıdır. Erol'un son anda Kezban'ı kurtarması, onun dönüşüm sürecinin nihayet tamamlandığını gösterir. Film mutlu sona ulaşır: Kezban sınıfsal geçişini tamamlamış, ancak ahlaki değerlerini kaybetmemiştir. Bu anlatı, Yeşilçam melodramlarının tipik yapısını yansıtır. Modernleşme kaçınılmazdır, ancak geleneksel değerlerle dengelenmelidir. Kezban, modern hayatın içine girmiştir, ancak özünü kaybetmemiştir. Böylece, film modernleşmeyi desteklerken, toplumsal ahlaki kodları da koruyarak seyircisine muhafazakâr bir mesaj sunmaktadır.

4.3. *Kezban Paris'te* (1971) Filmi Analizi

Kezban Paris'te filmi zorunluluktan doğan bir evliliğin zamanla aşka dönüşmesini konu alırken bireysel dönüşümün sınıfsal ve toplumsal normlarla nasıl şekillendiğini gözler önüne sermektedir. Filmin başlangıcında Kezban, Bolu'da bir köyde dedesiyle birlikte yaşamaktadır. Onun inek sağarken, hamur açarken ve yemek yaparken gösterildiği sahneler Yeşilçam melodramlarında sıkça karşılaşılan geleneksel kadın imgesinin bir temsili olarak karşımıza çıkar. Bu sahneler, kadının toplum içindeki rolünü meşrulaştırırken, aynı zamanda onun evine ve ailesine bağlı, fedakar ve çalışkan biri olduğunu vurgular. Kezban'ın dünyası, kırsal hayatın sadeliği ve toplumsal dayanışma içinde şekillenirken, modern dünya ile teması Ayhan karakterinin geçirdiği kaza sonrası eve getirilmesiyle başlar. Ayhan, bir yabancı olarak girdiği bu köy hayatına uyum sağlamadan, Kezban'la tanışmadan İstanbul'a döner. Ancak Kezban, Ayhan'ı fark etmiş, onunla ilgilenmiş ve ona aşık olmuştur. Burada Kezban'ın duygularını açıkça ifade etmemesi, geleneksel kadın anlatısının bir yansımasıdır. Kadın karakterin duygularını açıklaması veya karşı cinse yaklaşması, toplumun ahlaki kodlarına aykırı olarak görülür. Bu yüzden Kezban'ın aşkı tek taraflı bir

hayranlık ve sessizlik içinde gelişir. Bu anlatı, masumiyet ve erdemlilik temalarını güçlendirerek seyircinin Kezban ile özdeşleşmesini sağlar.

Filmin kırılma noktası, Kezban'ın dedesinin ölümüyle başlar. Bu noktada, Yeşilçam melodramlarında sıkça karşılaşılan koruyucu figürün kaybı motifi devreye girer. Babasını veya dedesini kaybeden kadın karakter, bir koruyucuya muhtaç hale gelir ve şehir hayatına adım atar. Kezban İstanbul'a göç etmek zorunda kalır ve burada amcasının yanına gider. Ancak amcasının kendi hayatıyla ilgili anlattığı hikayelerin gerçeği yansıtmadığı kısa sürede ortaya çıkar. Köyde, İstanbul'un refah ve zenginlik sunduğu düşüncesi hakimdir; ancak film, bu algıyı sarsarak şehir yaşamının zorluklarını gözler önüne serer. Amcasının aslında bir köşkün sahibi olmadığı, yalnızca orada çalışan bir hizmetkar olduğu anlaşılır. Amcanın kendisini zengin olarak tanıtmaya sebebi ise, "*Buralara kadar geldik, beni zengin sansınlar istedim*" sözleriyle açıklanır. Bu ifade, kırsaldan göç eden bireylerin büyük şehirde prestij kazanma çabalarını ve kendilerini olduğundan daha iyi bir statüde göstermeye yönelik eğilimlerini yansıtır. 1960'lı ve 1970'li yıllarda Türkiye'de kırsaldan kente göç hızlanmış, ancak şehirlerde ekonomik refah sanıldığı kadar kolay elde edilememiştir. Amca karakteri, göçmenlerin bu dönemde karşılaştığı kimlik krizini temsil etmekte, kırsaldan gelip şehirde tutunmaya çalışan bireylerin, toplum içinde kendilerine yer açma mücadelesini simgelemektedir. Bu sırada Kezban, köşkün gerçek sahibi olan Ayhan'la tekrar karşılaşır. Ancak Ayhan onu tanımaz. Kezban'ın taşralı geçmişi, Ayhan'ın sevgilisi tarafından küçümsenir. "*İnsan haddini bilmeli*" diyerek onu aşağılayan kadın karakter, modernite ve özgürlükle ilişkilendirilen ama aynı zamanda yozlaşmış olarak sunulan figürlerden biridir. Yeşilçam melodramlarında Batılı ya da Batılılaşmış kadın figürü, genellikle ana akım toplumsal değerlere aykırı olan, evliliği ve aileyi reddeden, bireyselliğini ön plana çıkaran bir karakter olarak çizilir. Sarışın, modern kıyafetler içinde olan ve mesleği şarkıcılık olan kadın karakter, geleneksel Türk aile yapısına uygun olmayan bir model olarak kurgulanmıştır. Bu karakter, iki kadın arasındaki temel farkı belirginleştirmek ve seyircinin Kezban'ı doğru kadın olarak görmesini sağlamak için kullanılmıştır.

Ayhan'ın dedesinin Kezban'ı uygun bir eş olarak görmesi, melodramın tipik anlatı yapılarından biridir. Yaşlı ve otoriter figürler, genç karakterlerin kaderini belirleyen önemli figürlerdir. Dede, torununun düzgün bir kızla evlenmesini ister ve Kezban'ın bu role uygun olduğuna karar verir. Ayhan miras alabilmek için Kezban'ı evleneceği kız olarak tanıtır ve düğün hızla gerçekleştirilir. Düğün sahnesi geleneksel Türk düğünlerinin tipik unsurlarını içerir: Oyun havaları, göbek atan konuklar ve büyük bir topluluk içinde yapılan kutlama. Ayhan'ın düğün sırasında eğlenmemesi ve dedesinin ona "*Aslını inkar etme, senin aslın bu*" demesi, bireyin köklerinden kopamayacağına dair muhafazakar bir mesaj içerir. Burada anlatılan, modern hayatın ve Batılı değerlerin bireyin özünü değiştiremeyeceği ve geleneksel değerlere dönüşün kaçınılmaz olduğudur. Ancak bu mecburi evlilik, Ayhan'ın Kezban'a karşı ilgisiz davranmasıyla devam eder. Onu bir gün sokakta bırakıp saatlerce geri dönmemesi, Kezban'ın zorluklarla mücadele etmek zorunda olduğunu gösterir. Burada Kezban, bir başka alt sınıf karakter olan "Profesör" lakaplı şoförle karşılaşır. Profesör, aslında bir ziraat mühendisidir ve mezun olduktan sonra köyüne döneceğini söyler. Yeşilçam'ın vazgeçilmez teması burada da karşımıza çıkmaktadır. Modern eğitim almak, ancak bu eğitimi Batı'da veya büyük şehirlerde değil, Anadolu'da kullanmak esastır. Bu bakış açısı, dönemin modernleşme anlayışıyla uyumludur.

Film anlatısındaki bir diğer önemli dönüm noktası ise Kezban'ın baloya hazırlanma sürecidir. Dede, torununun eşine âşık olması için onu fiziksel olarak değiştirmek gerektiğine inanır. Kezban, baloya giderken artık prenses gibi giyinmiş ve toplum içinde fark edilir bir figür haline gelmiştir. Ayhan, onu ilk gördüğünde "*Ne kadar değişmişsin, eskiden böyle değildin*" diyerek hayranlığını dile getirir. Ancak bu ifade, Kezban'ın bireysel olarak değiştiğini değil, toplum tarafından kabul gören bir forma büründüğünü gösterir. Burada modernleşme, yine kadın karakterin fiziksel dönüşümüyle sınırlıdır. Kadının toplumsal kabul görmesi için kıyafet ve görünümünü değiştirmesi gerekmektedir. Film, Yeşilçam melodramlarının klasik düğüm noktalarından biri olan yanlış anlaşılma unsurunu kullanarak, Kezban ve Ayhan'ı birbirinden ayırır. Yanlış anlaşılmanın çözülmesiyle birlikte, dede Ayhan'ı köye gönderir ve final sahnesinde affedilme anı gerçekleşir. Ancak burada önemli bir detay vardır: Film taşrada başlar ve taşrada biter, ancak Kezban'ın dönüşü önceki halinden farklıdır. Şehirde modern kıyafetler giyen, mayo ve mini etekle görünen Kezban, köye döndüğünde yine geleneksel kıyafetlerine bürünmüştür.

Film anlatısını, modernleşme ve gelenek arasındaki gerilimi, kırsal-kentsel, zengin-fakir karşıtlıkları üzerinden kurmuştur. Kadın karakterin modernleşmesi, toplumsal yapıyı tehdit etmeyecek şekilde sunulur. Kezban modern hayatı deneyimler ancak nihayetinde özüne döner. Böylece, film modernleşmeyi desteklerken, geleneksel değerlerin korunması gerektiğini de vurgulayan muhafazakâr bir anlatı sunar.

Sonuç Yerine

Modernleşme süreci, Antik Yunan'dan itibaren felsefi ve bilimsel düşüncenin evrimiyle şekillenen, ancak özellikle Avrupa'da ekonomik ve siyasal dönüşümlerle somutlaşan bir olgudur. Avrupa uygarlığında modernleşme kapitalizmin yükselişiyle nihai bir biçim kazanmış; Rönesans, Reform ve Aydınlanma gibi düşünsel akımlar bireyi aklın ve bilimin merkezine yerleştirerek demokratik yapıları teşvik etmiştir. Fransız Devrimi, halkın siyasal katılımını öne çıkararak monarşilerin yerini cumhuriyet rejimlerine bırakmasına zemin hazırlarken, Sanayi Devrimi üretim ve tüketim biçimlerinde köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Bu bağlamda modernlik, yalnızca bir düşünce biçimi olmanın ötesine geçerek, toplumsal yaşamın tüm alanlarını dönüştüren bir yapı haline gelmiştir. Türkiye'de modernleşme süreci ise Batı'daki gibi halk tabanından gelen bir talep doğrultusunda değil, büyük ölçüde devlet eliyle ve tepeden inme bir yaklaşımla şekillenmiştir. Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan süreçte, merkezi otorite modernleşmeyi toplumun her kesimiyle bütünleşmiş bir toplumsal dönüşüme dönüştürmekte zorlanmıştır. Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte, dini kurallara dayalı toplumsal yapıdan laik, çağdaş ve yenilikçi bir toplum modeline geçiş hedeflenmiş, ancak bu süreç halkın büyük bir kesimi için dayatılmış bir dönüşüm olarak algılanmıştır. Avrupa'da modernleşme hareketleri halk tabanında şekillenirken, Türkiye'de modernleşme büyük ölçüde devletin belirlediği politikalar doğrultusunda yönlendirilmiş ve bu durum geniş halk kitleleri tarafından tam anlamıyla içselleştirilememiştir.

Yeşilçam melodramlarının modernleşme sürecini ele alma biçimi, Türkiye'nin modernleşme deneyimiyle paralellik göstermektedir. Kezban serisi, bireysel dönüşüm üzerinden toplumsal modernleşmenin sancılarını yansıtan önemli bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de modernleşme nasıl devlet eliyle yönlendirilmiş ve halkın buna uyum sağlaması beklenmişse, Kezban'ın değişimi de çevresel baskılarla şekillenen bir süreçtir. Modernleşme, karakterin kendi içsel gelişimiyle değil, toplumsal kabul görebilmek için dışsal bir zorunluluk olarak inşa edilmiştir. Kezban, çevresindeki insanların beklentileri doğrultusunda bir dönüşüm geçirmekte ve bu dönüşümün temel koşulu, fiziksel görünümdeki değişiklik olarak sunulmaktadır. Filmlerde Kezban'ın modernleşmesi, eğitim ve bireysel gelişimle değil, estetik ve fiziksel dönüşümle ilişkilendirilmiştir. İlk filmde, Kezban iyi bir okula gitmekte ve kendini geliştirmeye çalışmaktadır. Bu durum, Cumhuriyet'in ideal kadın modeline gönderme yapan bir unsur olarak değerlendirilebilir. Ancak anlatı ilerledikçe, eğitimin ya da bireysel başarının değil, dış görünüşün ve erkeğin onayının belirleyici olduğu görülmektedir. Film, modernleşen kadının toplum içinde kabul görebilmesi için öncelikle fiziksel dönüşüm geçirmesi gerektiği mesajını vermektedir. Kezban'ın dönüşümü, onu yalnızca Batılı kıyafetler içinde bir figüre dönüştürmekte, ancak toplumsal konumu ve bireysel hakları açısından herhangi bir değişim yaratmamaktadır. Bu noktada, Türkiye'nin modernleşme sürecine dair eleştiriler de görünür hale gelmektedir: yüzeysel bir değişim vardır, ancak bu dönüşüm, köklü bir toplumsal dönüşüm sağlamaktan uzaktır.

Yeşilçam melodramlarının temel yapılarından biri olan aile kavramı, Kezban serisinde de belirleyici bir unsurdur. Filmlerde, kadın ve erkeğin asli görevi aile kurmak olarak sunulmakta, modernleşme sürecinin kadın-erkek ilişkileri üzerinde yarattığı gerilim geleneksel değerlerin lehine çözülmektedir. Erkek karakterler modern ve Batılı görünse de nihayetinde geleneksel aile yapısına özlem duyan figürler olarak resmedilmektedir. Buna karşılık, modernleşmiş kadın karakterler toplumsal ahlaka tehdit oluşturan figürler olarak sunulmaktadır. Bu noktada, kadın karakterler üzerinden bir Batı-Doğu karşıtlığı kurulmakta ve modernleşmenin ancak belirli sınırlar içinde kabul edilebilir olduğu mesajı verilmektedir. Kezban'ın temsil ettiği kadın modeli, Batılı görünüm ile geleneksel değerlerin sentezini yansıtmaktadır. Film, modernleşilecekse Kezban gibi olunmalıdır mesajını vermekte; yani kadınlar hem modern hem güzel hem

de ahlaklı olmalı, evine ve eşine bağlı kalmalıdır. Bu modelin karşısına koyulan Batılı kadın figürü ise, ahlaki yozlaşmanın ve bireyselliğin simgesi olarak çizilmektedir. Kezban'ın dünyası değerler dünyasıdır; Batı ise değerlerin çözülüşünü ifade eder.

Filmin modernleşme süreci ile ilişkisi yalnızca kadın karakterler üzerinden değil, kentleşme ve sanayileşme gibi toplumsal dönüşümler aracılığıyla da kurulur. 1960'lar ve 1970'ler boyunca Türkiye, hızlı bir kentleşme sürecinden geçmiş, ancak bu sürecin altyapısı yeterince planlanmamıştır. Fabrikalar, sanayileşme ve artan otomobil kullanımı modernleşmenin göstergeleri olarak sunulsa da bu dönüşümün yarattığı ekonomik ve sosyal sorunlar da giderek görünür hale gelmiştir. Gecekondulaşma, altyapı eksiklikleri ve işçi sınıfının yaşadığı zorluklar, modernleşmenin yalnızca fiziksel ve yüzeysel düzeyde kaldığını gösteren unsurlardır. Türkiye, küçük Amerika olma hayaliyle ekonomik büyümeyi hedeflerken, büyük bir kısmı düşük gelirli olan halk bu modernleşme sürecine tam anlamıyla dahil edilememiştir.

Bu bağlamda, Kezban filmleri Türkiye'nin modernleşme sürecine dair daha geniş bir eleştiriyi içinde barındırmaktadır. Filmde, kadın karakterin dönüşümü nasıl yalnızca dış görünüşle sınırlı tutulmuşsa, Türkiye'nin modernleşmesi de büyük ölçüde yüzeysel bir düzeyde gerçekleşmiştir. Kentleşme, sanayileşme ve artan tüketim, Batılı yaşam biçiminin bir parçası olarak sunulmuş, ancak bu yaşam biçiminin gerektirdiği ekonomik ve sosyal koşullar sağlanamamıştır. Yeşilçam melodramlarının karakteristik özelliği olan mutlu sonlar, toplumsal hayatta karşılık bulmayan bir ideal sunarak, seyircinin gerçek dünyadaki hayal kırıklıklarını geçici bir süreliğine telafi etmektedir. Sonuç olarak, Kezban serisi yalnızca bireysel bir dönüşüm hikâyesi anlatmakla kalmaz, aynı zamanda Türkiye'nin modernleşme sürecini de sunar. Filmlerde modernleşme, kadının bireysel hakları veya eğitim düzeyi ile değil, fiziksel görünümü ve erkeğin onayıyla ilişkilendirilir. Aynı şekilde, Türkiye'de modernleşme de yalnızca kentleşme, sanayileşme ve Batılı tüketim alışkanlıklarının benimsenmesiyle yüzeysel olarak gerçekleşmiş, ancak halkın büyük bir kesimi bu dönüşüm sürecinin ekonomik ve sosyal gerekliliklerinden mahrum bırakılmıştır.

Kaynakça

- Abisel, N. (2005). *Türk Sineması Üzerine Yazılar*. Phoenix Yayınevi.
- Ahmad, F. (2015). *Modern Türkiye'nin Oluşumu* (18. Baskı). Yavuz Alogan (Çev.), Kaynak Yayınları.
- Akpınar, Ş. (2015). Melodram ve Modernite Bağlamında, Yeşilçam Sinemasında Avrupalılık Görünümlerinin Kadın Karakterler Üzerinden Temsili: Kezban Filmleri Örneği. *Turkish Studies*, 10(10), 61-80.
- Aksoy, O. (Yönetmen). (1968). Kezban [Film]. Erman Film.
- Aksoy, O. (Yönetmen). (1970). Kezban Roma'da [Film]. Erman Film.
- Aksoy, O. (Yönetmen). (1971). Kezban Paris'te [Film]. Erman Film.
- Ateş, H. (2004). Modernlik ve Modernleşme Sürecinde Türkiye. Güngör Erdumlu (Edited by.), İçinde, *Modernlik ile Postmodernlik Arasında Kamu Yönetimi* (ss. 61-111), Babil Yayıncılık.
- Bağcı, H. E. (2004). Modernlik ve Modernleşme Sürecinde Türkiye. Güngör Erdumlu (Edited by.), İçinde, *Modernliğin Temelleri ve İktisadi Yapının Dönüşümü* (ss. 3-61), Babil Yayıncılık.
- Bakırezer, G. (2004). Modernlik ve Modernleşme Sürecinde Türkiye. Güngör Erdumlu (Edited by.), İçinde, *Türk Modernleşmesinde İktisadi Yapının Dönüşümü, Refah ve Sosyal Demokrasi* (ss. 187-221), Babil Yayıncılık.
- Cevizci, A. (2005). *Felsefe Sözlüğü*. Paradigma Yayıncılık.
- Çakır, H., Aydılek, E., & Bükrücü, Ş. (2020). Demokrat Parti Döneminde Toplumsal Alanda Tüketim Alışkanlıklarının Dönüşümü. *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*. 3 (3), 134-146.

- Demir, F. (2004). Modernlik ve Modernleşme Sürecinde Türkiye. Güngör Erdumlu (Edited by.), İçinde, *Türk Modernleşmesinde Ordunun Rolü* (ss. 221-245), Babil Yayıncılık.
- Elias, N. (2000). *Uygarlaşma Süreci Sosyo-Oluşumsal ve Psiko-Oluşumsal İncelemeler Cilt 1*. Ender Ateşman (Çev.), İletişim Yayınları.
- Erdoğan, N. (2004). Yeşilçam'da Beden Eklemlenmesi Üzerine Notlar. *Doğu Batı Dergisi*, 1(2), 175-185.
- Ergüder, Ü. (2000). Türkiye'de Politik Değişim ve Modernleşme. E. Kalaycıoğlu, A. Y. Sarıbay (Edited by.), İçinde, *Türkiye'de Değişen Seçmen Davranışları Örüntüleri* (ss. 285-309), Alfa/Aktüel Kitabevleri.
- Esen, Kuyucak Ş. (2016). *Türk Sinemasının Kilometre Taşları (Dönemler ve Yönetmenler)* (3. Baskı). Agora Kitaplığı.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. Hüseyin Özel (Çev.), Kırmızı Yayınları.
- Haçerlioğlu, O. (1993). *Toplumbilim Sözlüğü*. Remzi Kitabevi.
- Hirst, J. (2010). *Kısa Avrupa Tarihi*. Mihriban Doğan (Çev.), Say Yayınları.
- Karpat, K. (2019). *Kısa Türkiye Tarihi 1800-2012* (9. Baskı) Timaş Yayınları.
- Kırel, S. (2005). *Yeşilçam Öykü Sineması*. Babil Yayıncılık.
- Kovács, A. B. (2010). *Modernizmi Seyretmek: Avrupa Sanat Sineması (1950-1980)* Ertan Yılmaz (Çev.), De Ki Yayınları.
- Özsoy, A. (2016). Sinemada Anlatı ve Türler. F. Dalay Küçükkurt, A. Gürata (Edited by.), İçinde, *Türkiye'de 1960'lar Dönemi Aile Melodramlarında Kadın ve Erkek İmgesi* (ss. 283-309), Vadi Yayınları.
- Sadakaoglu, M. C. (2019). Yeni Türk Sinemasında Modern Melodram Geleneksel Söylem. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 12(28), 1183-1200.
- Soyer, F. (2021). Türk Sinemasında Modernleşme Bağlamında Kadının Bedeninin Dönüşümü: Melodramlarda Pygmalion Etkisi ve İdeal Kadın Temsili. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(11) 144-158.
- Sunay, C. (2004). Modernlik ve Modernleşme Sürecinde Türkiye. Güngör Erdumlu (Edited by.), İçinde, *Modernleşme ve Çevre* (ss. 111-153), Babil Yayıncılık.
- Yaylacı, G. F. (2020). Göç Sosyolojisi. Prof. Dr. Fuat Güllüpnar (Edited by.), İçinde, *Batı Avrupa'ya Yönelik Türk Göçü* (ss. 201-230), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Yıldız, E. (2008). *Gecekondu Sineması*. Hayalet Kitap.
- Zürcher, J. E. (2020). *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi* (4. Baskı). Yasemin Saner (Çev.), İletişim Yayınları.



Dijital İletişim Teknolojileri Gölgesinde Tek Tipleşen Birey

The Uniform Individual In The Shadow Of Digital Communication Technologies

Bahar Keskin,^a Nazmi Ekin Vural^b

^a Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat, Türkiye
iletisim@baharkeskin.com.tr
ORCID: 0000-0002-4999-6596

^b Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat, Türkiye
ekin.vural@bozok.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4198-0407

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 13.03.2025

Düzeltilme tarihi: 25.03.2025

Kabul tarihi: 15.04.2025

Anahtar Kelimeler:

Herbert Marcuse

Dijital Dönüşüm

Tek Boyutlu İnsan

Rasyonalite

Teknoloji Bağımlılığı.

ÖZ

Dijital iletişim teknolojilerinin, bireylerin ihtiyaçlarını daha kolay ve ulaşılabilir yollardan karşılıyor görünse de bireylerin tek tipleşmesine neden olduğu düşünülmektedir. Teknolojiyle birlikte insan hayatında yer edinen rasyonalite kavramı, teknolojik araçların insan yaşamına yansımaları olarak ifade edilebilir. Teknolojik araçlarla, birey ve toplum üzerinde egemenlik kurularak teknolojik rasyonalite gerçekleştirilmektedir. Dijital iletişim araçlarıyla geçirilen zamanın artması, sanal dünyada yaşama geçiş homo videns toplulukları oluşturmuştur. Düşünen insan toplulukları yerini gören insan topluluklarına bırakmıştır. Bu dönüşüm sonucunda birey, teknolojik araçların olmadığı bir alanda yaşamının imkansızlığı fikrine kapılmakta, belli bir ideolojiyi yansıtan araçları sürekli kullanan, yönlendirilmesi ve denetlenmesi kolay objelere dönüşmektedir. Bu çerçevede, Herbert Marcuse'un "Tek Boyutlu İnsan" kavramı, durumu anlamamıza yardımcı olacaktır. Araştırmada, bireylerin teknoloji ve teknolojik araçlarla olan ilişkileri sonrasında meydana gelen teknolojik rasyonalitenin evrensel sonuçları ortaya konmaktadır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile X, Y ve Z kuşaklarından 12 kişi ile mülakat görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Görüşmede, bireylerin teknolojiye olan ilgileri, teknoloji bağımlılığı ve teknolojik rasyonaliteye karşı olan tutumları incelenmiştir. Görüşme sonrası bulgular incelendiğinde, X, Y ve Z kuşaklarının dijital iletişim teknolojileri, reklamların ve diğer etki unsurlarının bireyin karar alma sürecini dolaylı olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında ise teknolojik araçlar, dijital iletişim teknolojileri ve reklam gibi faktörlerin etkisinden sonra bireylerde teknolojik rasyonalite bulgusu gözlenmiştir.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 13.03.2025

Received in revised form: 25.03.2025

Accepted: 15.04.2025

Keywords:

Herbert Marcuse

Digital Transformation

One-Dimensional Man,

Rationality,

Technology Addiction.

ABSTRACT

Although digital communication technologies seem to meet the needs of individuals in easier and more accessible ways, it is thought to cause uniformization of individuals. The concept of rationality, which has gained a place in our lives with technology, can be expressed as the reflection of technological tools on our lives. Technological rationality is realized by dominating individual and society with technological tools. The increase in the time spent with digital communication tools and the transition to life in the virtual world have created homo videns communities. Thinking human communities have been replaced by seeing human communities. As a result of this transformation, the individual gets the idea that it is impossible to live in an area without technological tools, and his/her constant use of tools reflecting a certain ideology turns into objects that are easy to direct and control. In the study, an interview was conducted with 12 people from generations X, Y and Z using semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods. In the interview, individuals' interest in technology, technology addiction and their attitudes towards technological rationality were analyzed. When the findings after the interview were analyzed, it was concluded that digital communication technologies, advertisements and other influential factors indirectly affect the decision-making process of the X, Y and Z generations. In the conclusion part of the study, technological rationality was observed in individuals after the effect of factors such as technological tools, digital communication technologies and advertisements.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Keskin, B. ve Vural, N., E. (2025). Dijital İletişim Teknolojileri Gölgesinde Tek Tipleşen Birey. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 11 (1), s. 154-166.

1. Giriş

Teknoloji ve teknoloji tabanlı gelişmelerin günümüzdeki hızlı değişimi, bireyleri de her anlamda etkilemektedir. İletişimin dijital ortamda gerçekleşmeye başlaması, insanların en temel ihtiyaçlarından biri olan iletişimin biçimini değiştirmiş ve modern teknolojiye uyum sağlamıştır. Teknolojik ilerlemelerin bireylerin yaşamının tüm alanlarına nüfuz etmesi ve bireylerin bu gelişmelere uyum sağlamak amacıyla dönüşmesi, Herbert Marcuse'un "*Tek Boyutlu İnsan*" kavramını düşündürmektedir. Bu kavram, bireylerin gelişen teknoloji ve dijital iletişim seçenekleri aracılığıyla maruz kaldıkları tüketim bilincinin etkisiyle düşünsel ve eleştirel yapılarının yanı sıra duygusal durumlarının da tek tipleştirildiğini ifade etmektedir. Bu noktada, teknolojinin getirdiği rasyonalitenin etkisiyle, bireylerin özgürlük alanlarına farkında olmadan müdahale edildiği ve birey olmanın temel özellikleri arasında yer alan düşünme, sorgulama ve eleştirme yetilerinin zayıflatıldığı savunulmaktadır.

Teknolojinin yaşamımızdaki gelişim süreçlerini incelediğimizde, teknolojinin bireyin yaşamındaki önemli dönüm noktalarından birini oluşturduğunu gözlemlemek mümkündür. Teknolojik araçların hayatımızı kolaylaştırmasının yanı sıra lüks ve konforu da beraberinde sunması, bireyin etkinliğinin azalarak zamanla yok olmasına sebep olmuştur. Herbert Marcuse, bu konu üzerinde incelemelerde bulunmuş ve bireyin teknolojik araçların etkisiyle kendine yabancılaştığı ve teknolojik dünyanın bir parçasına dönüştüğünü ifade etmiştir. Buradan hareketle, teknoloji bireyleri tek tipleştiren bir yapıya bürünmüş ve birey git gide kendi dünyasına yabancı hale gelmiştir.

Herbert Marcuse (1968), teknolojinin etkilerinin gözden geçirilerek toplum ve bireye olan olumsuz etkilerini azaltmak için doğru şekilde kullanılması gerektiğini belirtmektedir. Bu noktada, teknolojik rasyonalite kavramı ön plana çıkmaktadır. Sürekli güncellenen teknolojinin küresel olarak tek tipleşmeye neden olacağı düşünülmektedir.

Yeni teknoloji araçlarının sürekli ve hızlı bir şekilde artması insanlığın gelişiminden bu yana devam eden insan ve teknolojiye dair ilişkinin sürekliliğinin üzerinde düşünülmesi gerektiğini göstermektedir. Makine endüstrisi modern yaşamın olanaklarını kolaylaştırırken, bir yandan da burjuva sınıfı olarak tabir edilen yüksek gelir sınıfının ekonomisini güçlendiren bir sisteme dönüşmüştür. Teknolojik araçlar devletleri güçlendirmiş ve teknolojiye sahip olan ülkeleri diğer ülkelere hükmeden güçlü bir konuma yükseltmiştir. Teknoloji, bu ülkelere insanlar üzerinde kontrol gücü sağlayarak onları denetleme ve istenilen yönde manipüle etme fırsatı vermektedir (Butler vd., 2005).

Kapitalist ekonomik sistem, bireylerin hayatlarını şeffaflaştırmalarını destekleyerek üzerindeki gücünü muhafaza etmektedir. Şeffaf yaşam, sosyal medya ve teknoloji etkisiyle bireylerin denetlenmesini kolaylaştırmaktadır. Kapitalizm her şeyin meta gibi sergilenmesini isteyerek bundan kazanç sağlamayı hedeflemektedir. Günümüz kontrol toplumu panoptik bir yapıdadır.

İnsanlar birbirleriyle sürekli bir iletişim içindedir. Dijital panoptikon olarak da nitelendirilen bu iletişim şeklinde, insanlar kendi iradeleriyle yer almakta ve dijital dünya tarafından da devamlılığı sağlanmaktadır (Han, 2021, s. 69)

Panoptikonun dijital versiyonu olan süper panoptikon, elektronik bilgi tabanları ve şebekeleri kullanarak dijital mekanlar yaratmakta ve bireyler, bu dijital mekanları kullanmak için gönüllü olarak verilerini paylaşmakta sakınca görmemektedirler. Bireylerden dijital uygulamalar kullanılmadan önce dijital araçlarındaki bütün bilgilerin paylaşımına izin vermesi istenmektedir. Bireyler, bilgilerini paylaşmayı

reddettikleri takdirde dijital uygulamaların kullanımına izin verilmeyerek dijital alandan dışlanmaktadır. Verilerini paylaşmayı kabul eden bireyler, küresel dijital dünyada hareket etme özgürlüğüne de sahip olma hakkını elde etmektedir. Özetle, bireyler süper panoptikonun ana etmenleri olarak yerini almaktadır (Bauman, 2021, s. 65).

Fütürist David Brin dijitalliğin şeffaf toplum ütopyasını yaratacağını düşünmektedir. Brin'e göre, "Şeffaf Toplum" ütopyası sınırların kaldırılmasına dayanmaktadır. İnsanlar, dijital iletişim araçlarında birbirlerini kontrol etmeye ve görünür olmaya itmektedir (Brin, 1998, s. 14). Toplum şeffaflığı herkesin kontrol edilmesi ve eylem özgürlüğünün yok edilmesiyle sonuçlanır.

Makineleşme çağı, kapitalist sistem ve modernizm teknoloji dünyasının ayrılmaz çarkları olarak ifade edilebilir. 1900'lü yıllarda modernite, işçilerin çalışma saatleri boyunca basit, tek tip ve önceden planlanan, emirlere itaat etmeyi gerekli kılan ve sadece kas gücüne indirgenen, bireysel düşüncenin yok sayıldığı Fordist sistem olarak açıklanmaktaydı. Bu sistemi, Max Weber'in insanların eylemlerinin sistemin içindeki kanunlar tarafından düzenlendiği bürokrasi takip etmiştir. Bütünü gözetlemeyi amaçlayan bu yapı, insanların gözetim altında tutulduğu hapishaneler olarak betimlenmekte ve itaatkar olmayanların sistem dışında bırakılmasıyla devamlılığını sürdürmektedir. Modernleşmenin teknolojiyle birlikte gelişmesiyle oluşan modernite çağı bu durumu sonlandırmıştır (Bauman, 2017, s. 55).

Günümüzde teknolojinin hayatımızın tamamında yer almasıyla bireylerin yaşam koşullarını da değiştirmiştir. Teknolojik aletlerin farklı eylemlerde kullanılabilmesinin sonucunda bireyler için hareket alanı oldukça azalmıştır. Bireylerin, teknoloji tarafından birçok alanda etkisiz bırakılması, teknolojik aletlerle geçirilen sürenin artmasına bağlı bağımlılık ve çeşitli dijital hastalık türlerinin oluşması teknolojik rasyonalitenin göstergelerindendir. Marcuse (1968) çalışmasında, teknolojinin bireyleri olumsuz etkileyerek bağımlılığın artacağı ve bireysel özgürlük alanının fark edilmeden daraltılacağına da değinmiştir.

Çalışmada, küresel olarak gerçekleşmekte olan teknolojik ilerlemenin, toplumlar ve bireyler üzerindeki istem dışı etkilerinden bahsedilmiştir. Bu çerçevede çalışmanın amacı kapsamında, teknolojinin küresel boyuttaki etkileri, makineleşme ve robot teknolojisinin artmasıyla teknolojik rasyonalitenin endüstriyel sistemde yaratım şekli ve bireyler üzerindeki etkileri irdelenecektir.

2. Dijital Dönüşüm

Dijitalleşme, analog bilgi akışının dijital verilere dönüştürülmesini ifade etmektedir. Bu durumda dijitalleşmenin, küresel bir ağ bağlantısı aracılığıyla veri akışı sağlayan sistem olduğunu söylemek mümkündür (Vogelsang, 2010, s. 4). Akla gelebilecek her türlü verinin elektronik aletler tarafından işlenmesi ve başka sistemlere aktarımının gerçekleştirilmesine yardımcı olan dijital dönüşüm sayısal kodlar (0 ve 1) ile gerçekleştirilmektedir (Brennen & Kreiss, 2014). Dijital olmayan veriler, sayısal kodlar yardımıyla hayatımıza girmiş ve her alanda hızlı bir dönüşüm başlamıştır. Dijitalleşme veri türü ayırt etmeden bilgisayar destekli aletleri kullanarak kodlara dönüştürmüş, yer ve zaman gibi koşulları ortadan kaldırmış, dijital özgürleşme sağlamıştır. Veriler, dijital kodlara dönüşerek çok kısa sürede teknolojik araçlar arasında bağlantı gerçekleştirmiştir. Böylelikle verinin her hali dijital olarak teknoloji dünyasında yerini almıştır. Dijital dönüşüm toplumsal yaşamı da etkileyerek dijital dünya üzerinden herkesi tek bir yapıda toplamıştır. Özetle, fiziksel yapı "sanal dünya" yaratmıştır (Schmidt & Cohen, 2014).

Dijital dönüşümü genel olarak ifade etmek gerekirse, teknolojinin ilerlemesiyle ortaya çıkan sonuçtur. İnternet teknolojisinin yaşamın her noktasında kullanılması, dijital aşamaya geçişi etkilemiş ve teknolojik alanların dijitalle yaklaşım sürecinin hızını da artırmıştır. Fiziksel gücün kullanılarak gerçekleştirildiği her alanın elektronik sisteme geçiş yapılması olarak da ifade edilebilen dijital dönüşüm, ülkemizde 2000 yılından sonraki zaman diliminde gerçekleşmeye başlamıştır.

21. yüzyılda robot teknolojileri ve yapay zekâ alanında devam eden gelişmeler, 3D yazıcı teknolojisi, akıllı ev ve işletme sistemleri, tam otonom araçlar gibi birçok önemli icatların üretimi ve gelişimini de

kolaylaştırmaktadır. Bu güncellemeler, aynı zamanda Dördüncü Sanayi Devrimi olarak da ifade edilmektedir (Endüstri 4.0) (Yankın, 2019, s. 2).

Dördüncü Sanayi Devrimi sonrası Endüstri 5.0 doğal bir evrim olarak hayatımızdaki yerini almıştır. Beşinci Sanayi Devrimi, Endüstri 4.0 teknolojilerinin geliştirilmiş ve insan unsurunun da yerini aldığı bir yaklaşım şekli olarak açıklamak gereklidir (Breque vd., 2021). Endüstri 4.0 teknolojinin daha ön planda tutulduğu süreçtir. Yapay zeka, siber sistemler, robot teknolojileri bu devrim sürecinde oluşturulmuştur. Beşinci Sanayi Devrimi, öncelikli olarak makine insan iş birliğine önem vermektedir (Leng vd., 2022).

Beşinci Sanayi Devrimi, teknolojiden faydalanırken insana ve doğaya karşı hassas yaklaşım sergilemektedir. Bu devrimdeki en dikkat çekici nokta ise, teknolojik ilerlemenin geldiği nokta fark etmeksizin insanın süreçte daima yer alması gerektiği düşüncesini taşımasıdır. Bu endüstriyel devrimde teknoloji insanı ve doğayı bütün olarak ele alarak bu ikisinin yaratacağı ortak bir uyumdan güç elde etmeyi planlamaktadır (Felice vd., 2021, s. 21).

İnternetin, dünya çapında yaygınlaşması, bireylerin dijitalleşmenin sunduğu olanakları kendi yaşam alanlarına dahil ederek teknoloji ile bütünleşmiş olmaları ağ toplumu kavramını akla getirmektedir. Ağ toplumlarının en önemli özelliği, zaman ve mekandan bağımsız olarak var olmalarıdır. Castelles'e göre, enformasyon teknolojilerinde gerçekleştirilen devrim, 18. yüzyılda gerçekleşen Sanayi Devrimi ile benzer sonuçlar yaratmıştır. Ağ toplumu, küresel bir enformasyon dönemi ile sanal dünya oluşumuna katkı sağlamıştır. Dünyanın ağlarla bağlanması, toplumsal anlamda yüz yüze iletişimi internete taşımıştır. Jean Baudrillard, ağ teknolojilerinin, sanal dünya yaratımında etkili olduğunu ve sanayi devrimi sonrası anlamın kaybedildiğinden yakınmıştır. Baudrillard, yaşadığımız çağın bir simülasyon çağı olduğu fikrini savunmaktadır. Hakikatin yitirildiği ve dijital kodların egemenliğine girdiğimiz bir dönemi yaşadığımızı düşünmüştür (Baudrillard, 2011, s. 25).

Dijitalleşme, bilgi ve görüntüyü dijital platforma aktarmış, teknolojinin etkisiyle de yeni bir şekil kazandırmıştır. Dijitalleşmenin her alanda dönüşüm gerçekleştirmesiyle de dijital bir toplum ve dijital bir dünya sonrası, dijital kültür ve sosyalleşme alanının yaratımından da bahsetmek mümkündür. Dijitalleşme, her alanı etkilemekle beraber etkileri büyük çapta ekonomik, kültürel, iletişim gibi alanlarda yaşanmaktadır (Schumacher vd., 2016). Dijital dönüşüm, ekonomi, üretim ve ulaşım sistemleri, sosyal yapıyı her anlamda etkilemekte ve dönüştürmektedir. Bütün bu sistemsal süreçlerin merkezinde teknolojinin kullanılması etkindir (Yankın, 2019).

Teknoloji, gelişimi sürekli olarak devam eden, küresel boyutta dijital bir süreci destekleyen yapıya sahiptir. Bu durumun da etkisiyle her alanda hızlı bir dijitalleşme gerçekleşmeye başlamıştır. İletişim, bu dijitalleşme sürecinden en çok etkilenen alanlardan biridir. İnternetin ulaşılabilir aşamaya gelmesiyle, iletişim, ulaşım, sosyal alanlar, ekonomi, eğlence, kültür gibi birçok alanda dönüşüm gerçekleşmiştir (Ölçekçi, 2020).

Bilgisayar, akıllı telefonlar, yüksek hızlı internet bağlantısı, kablosuz cihazlar, drone, yapay zeka, sürücüsüz araçlar, çip teknolojisi, her alanda kullanılabilen robotlar bireylerin hayat şeklini değiştirmiştir. Bu durumda, birey ve toplumların iletişim algısı da değişmiş, bilim kurgu dünyası sayılabilecek teknolojiler, bireylerin gündelik hayatının parçası haline gelmiştir. Yeni iletişim teknolojileri, bireylerin hayat standartlarını yükseltmiş ve küresel olarak toplumlar arasında zaman ve mekandan bağımsız görünmez ağlarla köprüler kurmuştur (Harvey, 2012).

3. Teknoloji ve Rasyonalite İlişkisi

Teknolojik ilerlemenin gerçekleştiği toplumlarda ekonomik, kültürel ve toplumsal değişim kaçınılmazdır. Endüstri alanındaki devrimlerin teknolojik ilerlemeye olan etkisi, toplumsal değişimlere de yol açmıştır. Bu konuda birçok çalışması olan iletişim kuramcısı Marshall McLuhan, teknolojik ilerlemelerin

toplumların geleceğini de belirlediği görüşüne sahiptir. McLuhan, 1950’li yıllardaki çalışmalarında ileri düzey endüstri toplumlarında, bireyin teknolojinin etkisine kapılarak kişiliğini unuttuğunu, teknolojinin egemen olduğu sanal dünyanın getirdiği kurallara karşı kendi içine kapanıp sanal dünyanın esiri olacağını ifade etmiştir (Oskay, 2014, s. 272). *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man* (1951) kitabında teknolojinin, kitleleri etkileme ve yönlendirmesine karşı olan eleştirel yaklaşımı, 1960’lı yıllarda “global köy” kavramıyla teknolojinin toplumları birleştirme etkisine dönüşmüştür. McLuhan, global köy ifadesi ile teknolojinin, sınırları ortadan kaldırarak iletişimi kolaylaştırdığını vurgulamak istemiştir (2014, ss. 278-281).

Marshall McLuhan, teknolojinin toplumlar nezdindeki etkisine farklı açılardan bakmıştır. Teknolojik araçların sağladığı hız sayesinde bireylerin verilere kısa sürede ulaşabilmesi onları tüketim konusunda da değişime uğratmıştır. Kapitalist ekonominin bireylere sürekli empoze ettiği tüketim teknolojik araçlarla çok daha hızlı şekilde gerçekleşirken sisteme sahip olanlar da bireyleri kontrol altında tutmaktadırlar. Hızlı tüketim algısı bireylere reklamlar, sosyal medya, pazarlama, indirim kampanyaları, avantajlı alışveriş dönemleri şeklinde sürekli olarak hatırlatarak kapitalizmin devamlılığı sağlanmaktadır. Global köyü yönetenler, bu mekanizmayı yaratanlardır. Tek bir noktadan bütün dünyaya verilen mesajlarla, tek tip davranış hedeflenmektedir. Bireyler, teknolojik araçlar kullanılarak hangi filmi seyredecekleri, hangi kıyafeti giyecekleri, hangi ürünü alacakları, hangi mekana gidecekleri genel anlamda hayatlarını yaşama noktasında her konuda teknolojik rasyonalitenin etkisi altına girmektedir (Yengin, 2012, s. 14). Herbert Marcuse, teknolojinin tek tip bir toplum biçimi yaratırken teknolojinin egemen olduğu dünyada insanın ölçülebilen varlıklar haline geldiğini ifade etmektedir (Marcuse, 2015). Tek tipleştirme etkisi kitle iletişim araçları kullanılarak bireylerin yaşamında teknolojinin vazgeçilmez bir yere sahip olduğu düşündürülmektedir.

Bauman (2021, s. 102), modern toplumların tüketim toplumlarına dönüştüğünü ve toplumun bir şeyleri tüketme sonrası yaşadığını düşündüğü mutluluğun aslında elde etme sürecindeki hazdan ibaret olduğunu ifade etmektedir. Buna bağlı olarak da cezbedici, etkileyici unsurların tercih edildiği bir üretim modeli oluşmuştur. Gösterişli ve sürekli değişkenlerin yer aldığı dünyada tüketici isteği daima önde tutulmalıdır. Bireylerin bu özelliklerinin farkında olan reklam ve pazarlama sektörü, “Tüket ve daha iyi hisset!”, “Mutsuz hissettiğinde ye!”, “Alışveriş yap, mutlu hisset!” gibi sloganlara sıkça yer vermektedir. Yazara göre, yaşam için tüketmek veya tüketmek için yaşamak gibi ikilemler sorgulamamız gerekenler arasında yerini almaktadır. Tüketim olgusu pazarlama ve reklamlarla desteklenirken teknolojinin hayatımıza kattığı her unsur bu aşamada yerini almaktadır.

Teknoloji ile ilişkilendirilen kavramlardan biri de rasyonalitedir. Rasyonalite, bireylerin teknolojik araçlardan faydalanması ve zamanla bu yenilikleri hayatlarına entegre etmesiyle gerçekleşmektedir. Teknolojinin getirdiği kurallara uymayı gerektiren rasyonalite, teknolojik ilerlemelerin sonucu olarak hayatımızdaki yerini alır. Teknolojik rasyonalite, bireysel ve toplumsal yapıyı etkileyerek, bu yapılar üzerinde üstünlük kurmayı hedeflemektedir. Rasyonalite, toplumu endüstriyelleyen bir yapıya, kültürel öğeleri ise tüketim ürününe dönüştürmüştür. Teknoloji, toplumlar tarafından benimsenmeye başladıkça gündelik yaşam pratiklerine kolaylıkla nüfuz edecektir. Bu durum, zamanla teknolojinin bıraktığı olumsuz etkilerin birey veya toplum tarafından normal karşılanmasına ve benimsenmesine neden olacaktır (Horkheimer & Adorno, 2014).

İleri düzey endüstri toplumlarında telefon, internet, bilgisayar, televizyon, radyo gibi araçlar bireylere sunulmaktadır. Bireyler, belli bir ideolojinin ürünü olan bu araçlar karşısında tereddüt etmeyerek araçları kullanmaya devam etmektedirler. Bunun sonucunda bireylerin kolaylıkla yönlendirilmesi, denetlenmesi hedeflenmektedir. Toplum zamanla endüstrileşerek, bu baskı ve otoriter sistemin devamlılığını sağlar. İleri endüstriyel araçlara sahip olan sistem, bu teknolojik araçlarla bireyleri kendi isteğine göre yönlendirmekte ve toplumu kontrol etmektedir. Bu noktada dikkat etmemiz gereken, endüstriyel sistemin gücünün araçsal bir durumdan çıkarak politik ve siyasi bir güce dönüşebileceğidir. Herbert Marcuse, bu konuda negatif bir yaklaşım çizmektedir. Teknolojik araçlar, bireyler ve toplumları olumlu etkilemesinin

yanında olumsuz sonuçlara da sebep olabilecek güçtedir. Marcuse bu durumu, bireyin kendisinin yarattığı icatların karşısında her zaman güçsüz bir konumda olacağı şeklinde ifade etmiştir (2015, s. 194).

4. Tek Boyutlu İnsan

Herbert Marcuse (1997), Tek Boyutlu İnsan olgusunu, içinde bulunduğumuz teknolojik aletlerin bireysel ve yaşamsal koşullarını farklı bir bakış açısıyla ifade etmektedir. Marcuse'un perspektifinden bakıldığında bireyler, teknolojinin sıra dışı gelişimini kapitalist ögelerle birlikte birey özgürlüğü üzerinde kullanmak için tercih etmektedir. Bu noktada, teknolojik araçlarla birey davranışlarını daima denetleme ve bunu sürekli hale getirme isteği, bireyleri teknolojik araçları kullanmaya istemsiz olarak mecbur bırakmaktadır. Kullandığımız birçok teknolojik araç, birey sağlığı üzerinde riskler barındırmakta ve bireyler üzerinde kontrolsüz bir güç sağlamaktadır. Teknolojinin geldiği noktada, bireyin yaşam kalitesini artırması, bireye düzenli ve konforlu bir yaşam sunması beklenmektedir. Bunların karşılanması dışında teknolojik yenilikler, bireysel ve toplumsal yarardan çok sermayenin kazancını ön plana koymaktadır.

Marcuse (2015), birey özgürlüğü açısından da bazı noktalara dikkat çekmiştir. Endüstri alanında gelişmiş toplumlarda, birçok eylemin yerini teknolojik makinelerin alacağını ifade etmiştir. Bu aşamada, içinde bulunduğumuz çağda, bu olgunun gerçekleştiğini ifade etmek mümkündür. Robot teknolojisinin gelişmiş düzeye ulaşmasıyla birçok meslek dalı için robotların kullanılmaya başladığını görmek mümkündür. Bu gelişme, makineleşme açısından ilerleme olarak görülse de sürecin dünya ülkelerinde eşit zaman diliminde yaşanmayacağını düşündüğümüzde, rekabetlerin oluşacağını ve bireysel özgürlüklerin de bu durumdan zarar görebileceği düşünülmektedir.

Yaşamın her alanında teknolojik araçların tercih edilmeye başlanmasıyla bireyin emeğine karşı yabancılaşması, toplumların yapısını değiştirmek için hedeflenen ilk aşamadır. Emek kullanılarak birey söz hakkını yitirmekte ve insana özgü davranış yapısı fark ettirilmeden toplum dışına itilmektedir. Kültür endüstri ürünleri bireylerin tercihiye sunulmakta; insanların sürekli tüketerek kendilerini bağımlı hissetmeleri ve kendi kimliklerini bu ögeler üzerinden tanımlamaları istenmektedir. İnsanlar, zamanla endüstriyel ürünlere bağımlı ve her şeye yabancılaşmış canlılara dönüşmektedir (Osmanoğlu, 2016, s. 3). Bireyler, bütün bu sürecin sonunda, kendi istekleriyle her şeye yabancılaşmaya başlamakta ve 'Yanlış' bir fikri taşıyor olmaktadır. Bu da, kapitalizmin ekonomik olarak çıkar sağlaması anlamına gelmektedir.

Politik düşünceler ve teknoloji, kapitalizmin devamlılığı için uğraş vermektedir. Günümüzde israfın artmasını ele alırsak, açlık dünyanın büyük bir kısmında hala çok büyük bir sorun iken çok büyük miktarda israf yapılmaya devam edilmektedir. Savaşlar için harcanan bütçeler, insanlık söz konusu olduğunda kullanılmamaktadır (Gürbüz, 2018). Kapitalizm, sistemin her alanını ekonomik kazanca dönüştürmekte ve medyayı kullanarak herkese pazarlamaktadır. Bütün bunlara karşı olan Frankfurt okulu üyeleri ve Marcuse, eleştirel teoride önemli bir düşünür olarak fikrini savunmuştur (Karakulak, 2020, s. 12).

Marcuse, bireylerin tek tipleşmesi noktasında insanların zaman içinde üreten, araştıran, sorgulayan ve eleştiren özelliklerini kaybetmeye başladığını ifade etmektedir. Birey, teknolojik araçların etkisinde kalarak gelişimini arka plana atacaktır. Makineleşmenin sürdürülmesiyle gelişmiş teknolojik araçların, birey ve toplumlar nezdinde ön planda olması, her anlamda niteliksel değişimi mecbur kılmıştır.

Özetleyecek olursak, çağımız koşullarındaki modern yaşam algısı oldukça farklı bir noktaya gelmiştir. İnsanoğlu, avcılıkla başladığı bu uzun yolculuğunu, modern teknoloji ile devam ettirmektedir. Herbert Marcuse (2015), geleceğe kendi perspektifinden bakmış ve ileri düzey endüstri ülkelerinde yaşanması muhtemel sorunlar için çıkarımlarda bulunmuştur. Bu aşamada, insanoğlunun başlangıcından bu yana olumsuz ve olumlu yönlerini bütünüyle ele almış ve birçok konuya da itiraz etmiştir. Eserde en çok göze çarpan konu ise, kapitalist sistemin bireyler üzerindeki olumsuz tavrıdır.

5. Araştırma

5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Makineleşmenin artışı ve üst düzey teknolojilerin küresel olarak her alanda tercih edilmesi, süreç içerisinde bireyler ve toplumlar üzerinde çeşitli sonuçlar doğurmaktadır. Bu sürecin oluşumu ve küresel etkisi, araştırmanın amacı doğrultusunda incelenecektir.

Çalışmada, modern toplumlarda oluşturulan dijital iletişim teknolojisi araçları ve programlarının birey kullanım şekli ve sıklığı, birey üzerindeki yansımaları da ele alınacaktır. Bireyden topluma kadar herkesi etkileyen teknolojik rasyonalitenin gerçekleşme biçimi, dijital iletişim teknolojilerinin ve makineleşmenin dünya üzerindeki etkilerine dair çıkarımlarda bulunmayı ve bu alanda yapılacak çalışmalara katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Bu durum, çalışmanın önemini vurgulamaktadır.

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma tekniklerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Mülakat yöntemiyle, teknolojik araçların bireyler üzerindeki yansımaları ve bireyi etkileme şekilleri araştırılarak, bu teknolojik araçların birey ve toplumları tek tipleştirmeye yönelik etkisi irdelenecektir.

Toplumsal etkilerin irdelendiği çalışmalarda, detaylı veri elde etmek, bireylerin dijital iletişim teknolojilerinin kullanıma şekli, birey üzerinde bıraktığı etkiler, reklamlar ve teknolojik uygulamaların satın almaya etkisi gibi konulara bakışı detaylı incelemek için yarı yapılandırılmış görüşme formları tercih edilmektedir. Görüşme yapılırken kişilere zaman zaman kendiliğinden gelişen sorular da sorulabilmektedir. Bu şekilde yapılan görüşmeler, yarı yapılandırılmış görüşme olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018).

Araştırmanın evrenini, 18-50 yaş aralığında dijital iletişim teknolojilerini kullanan bireyler oluşturmaktadır. X, Y ve Z kuşaklarının her biri 4 birey tarafından temsil edilerek, toplamda 12 kişilik bir katılımcı grubunu kapsamaktadır. Evreni oluşturan katılımcılar, amaçlı örnekleme yoluyla seçilmiştir. Araştırmanın amacı ve hedefine uygun verilerin elde edilmesinde yardımcı olacak katılımcılar, örneklem olarak tercih edilmiştir (Tutar & Erdem, 2020).

Örnekleme oluşturan katılımcılar, 18 yaş üzeri olmak üzere, toplam 12 kişidir. Katılımcılar, X, Y ve Z kuşağından eşit sayıda seçilmiş ve dijital iletişim teknolojileri kullanıcıları olmalarına özen gösterilmiştir. Cinsiyet dağılımları 6 kadın ve 6 erkek olarak eşit şekilde gerçekleştirilmiştir.

5.3. Araştırma Bulguları ve Analiz

Araştırmada, bireylerin dijital iletişim teknolojileri ve teknolojik araçlara olan düşünceleri, teknolojik araçları kullanma nedenleri, dijital mecraları ve iletişim teknolojilerini tercih etme biçimleri irdelenmiştir. Sosyal medya uygulamaları ve açık havada yayınlanan reklam türlerinin bireylerin kararları üzerindeki etkisi, bu reklam türlerinin birey davranışları üzerindeki rolü ele alınmıştır. Bireylerin, bu mecralardaki öğelerden etkilenmesiyle teknolojik araç ve reklamların birey ve toplumdaki yansımaları incelenmiştir.

Teknolojinin gelişen ve dönüşen yapısı, zaman ve mekâna bağımlılığı ortadan kaldırmış, süreç içinde dijital iletişim teknolojileri araçlarının bireysel ve toplumsal isteklere uygun olacak şekilde birey ve toplumların kullanımına sunulmuştur. Teknolojik araçların sunduğu uygulamalarda yer alan içerikler, küresel bazda etkiye sebep olmaktadır. Araştırmada, dijital iletişim teknolojilerinin küresel olarak bireylerin kullanımına açık olması, bireylerin bu araçları her alanda ve sıklıkla kullanımına bağlı olarak gerçekleşen teknolojik rasyonalitenin birey üzerindeki yansımaları incelenmiştir.

Çalışma gerçekleştirilmeden önce, 21.12.2022 tarihinde Yozgat Bozok Üniversitesi Etik Komisyonu tarafından etik kurul onay raporu verilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak önceden hazırlanmış mülakat soruları kullanılmıştır. Görüşmeler, gönüllü katılımcılarla gerçekleştirilmiştir. Görüşme sırasında

katılımcı bilgisiyle ses kaydı alınmış ve katılımcılar tarafından gönüllülük formları imzalanmıştır. Görüşme sonrası elde edilen kayıtlar, bilgisayar üzerinde incelenmiştir. Görüşmeler yapılırken, bireylerin zamanı konusunda özenli davranmak adına öncesinde görüşme takvimi oluşturularak, yaklaşık 15-30 dakika süren görüşmelerle veriler toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat uygulama esnasında tarafsız olmaya özen gösterilmiş, sorular katılımcılara aynı sıra ile sorulmuştur.

Katılımcıların kimlik bilgileri gizli tutulmuş, katılımcılar K-1, K-2 gibi kodlama ile isimlendirilmiştir. Mülakat soruları katılımcılar üzerinde uygulanmadan önce soruların güvenilirlik ve geçerliliğini test etmek amacıyla X, Y, Z kuşağından 3 katılımcı ile pilot görüşme yapılmıştır. Mülakat görüşmeleri, 18-50 yaş arası 6 kadın ve 6 erkek olmak üzere, toplam 12 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir.

6. Katılımcıların Mülakat Verilerinden Örnekler

Bireylerin teknolojik araçları insanlarla sosyalleşmek, hayat kalitesini artırmak, zaman ve enerjiyi verimli kullanmak, stres atmak, her veriye çok kısa sürede ulaşmak, güncel gelişmeleri takip etmek, seyahat ve iş özgürlüğü sağlaması gibi sebeplerle tercih ettiklerini ifade edebiliriz.

Katılımcılar, teknolojinin olumsuz etkileri olarak kendilerini pasifleştirdiğini, günlük basit işleri yaparken bile tembelleşerek her şeyi ertelediklerini, teknolojinin zamanla günlük hayatı daha durağan hale getirdiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların İhtiyaç Dışı Teknolojik Ürünü Satın Alma Sebepleri (Alışveriş Bağımlılığı, Yeni Ürünlere Duyulan İlgi, Sosyal Çevre, Sosyal Medya ve Reklamların Etkisi)

Katılımcılardan birkaçı, ihtiyaç dışı ürün satın almamaya çalıştığını ifade etmiştir. Fakat diğer katılımcılar sosyal medya ve reklamların etkisinde kalarak, sosyal çevresinin kullandığı ürünleri tercih ettiğini fakat aldıkları ürünü uzun süre kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcılar Tarafından Kullanılan Dijital İletişim Platformları ve Tercih Edilme Nedenleri

Katılımcıların sık kullandığı uygulamaları ve kullanma amaçlarını irdelediğimizde; WhatsApp, Instagram, Facebook, Netflix, Exxen, Blu TV, Disney Plus, Prime Video, Trendyol, Hepsiburada, Amazon, X, Bundle ve Son Dakika gibi platformları iletişim, sosyal çevre, bilgi edinme, alışveriş, eğitim gibi çeşitli nedenlerle kullandıkları gözlenmiştir.

Katılımcıların Dijital Platformlarda Gerçekleştirilen Akımlar Hakkındaki Düşünceleri – Deneyimleri (Hastalıklara Dikkat Çekmek İçin Yapılan Buz Dolu Kovayla Islanmak, Çocukluk Pozlarını Instagramda Canlandırmak, Karantina Dönemlerinde Evde Yapılan Ekmek, Seyahat Fotoğrafı vb.)

Katılımcılardan elde edilen bilgilere göre, yapılan akımların anlamsız olduğu, bu tarz etkinliklerin dikkati üzerinde toplamak, ilgi çekmek, haber olmak gibi amaçlarla gerçekleştirildiği görüşü çoğunluktadır. Akımları deneyen katılımcıların ise sosyal medya hesaplarında paylaşmadığı, hatıra amaçlı çektikleri bilgisine ulaşılmıştır. Çocukluk fotoğrafı paylaşım akımı sonrası sosyal medya uygulamasında çocukluk arkadaşı ile iletişim kuran 1 katılımcımız olduğunu da söylemek mümkündür.

Katılımcıların İletişim Teknolojilerinin Birey ya da Toplum Üzerindeki Etkisine Dair Düşünceleri

Katılımcılar, iletişim teknolojilerinin herkes üzerinde etkisi olduğu kanısına sahiptir. Bu etkilerin olumlu ve olumsuz olduğu konusunda görüş farklılıkları bulunmaktadır. Teknolojinin etkilerinin kişilerin kullanım amacına bağlı olarak değişkenlik gösterebileceği fakat bunun sadece dijital iletişim platformları için geçerli olacağı edinilen bulgular arasındadır.

Katılımcıların Dijital Platformlarda Yer Alan Film, Dizi, Belgesel, Kitap Tercihlerinde Trendlerin Önemi Hakkındaki Düşünceleri ve Bu Seçimleri Etkileyen Unsurlara Dair Görüşleri (Arkadaş çevresi, Sosyal Medya Fenomenleri, Reklamlar vs.)

8 katılımcının, eğlenceli vakit geçirmek için tercih ettikleri film, dizi, kitap, belgesel gibi etkinlikler için kişisel zevklerini ön planda tuttuğu bunun yanında bu trendlerin popüler olmasına özen gösteren 2 katılımcının olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Bunun dışında diğer 2 katılımcının popüler etkinliklerden hoşlanmadığını belirtmek mümkündür.

Katılımcıların Sosyal Medya Platformları ve Açık Havada Yayınlanan Reklamların Birey Kararlarına Etkisine Yönelik Düşünceleri

Online platformlar ve açık havada yer alan reklamların bireyleri etkilediği, reklamı yapılan ürünleri satın almaya yönelik etki yarattığı bireyleri ihtiyaç dışı tüketime yönlendirdiği gözlenmiştir.

Teknolojinin Küresel Boyutuna Bağlı Olarak Bireylerin Benzer İçerik, Davranış Değişikliği veya Olaylara Maruz Kalması Hakkındaki Katılımcı Görüşleri

Teknolojinin yaratımsal ve gelişimsel sürecini incelediğimizde, insan hayatını kolaylaştırmayı hedeflediğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda, günümüzde bireylerin her alanda teknolojik araçlarla çevrili olması teknolojik küreselleşmeyi de gözler önüne sermektedir. Katılımcılar, teknolojik araçların olumsuz etkilerini daha fazla hissettiklerini ve bazı teknolojik gelişmelerin birey özgürlüğü üzerinde negatif etkiler yarattığı, toplumsal ve bireysel değerlerin yitirilmesine neden olduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcıların Dijitalleşme Çağının Bireye Etkisi Hakkındaki Düşünceleri

Katılımcılar, dijitalleşmenin bireyleri her yönden etkilediğini, bundan kaçınamadıklarını belirtmişlerdir. Dijitalleşmenin hayatın her noktasında yer aldığı, buna ayak uydurmayan bireylerin adeta dışlandığı ve toplumdan uzaklaştırılmaya çalışıldığına dair çeşitli görüşlere sahiptir.

Katılımcıların Teknoloji Bağımlılığına Dair Düşünceleri ve Teknoloji Başında Geçirilen Süre

Katılımcılardan X kuşağının teknolojik araçlarla geçirdikleri zaman konusunda titiz davranarak maksimum 1 saat zaman geçirdiği, Y ve Z kuşağından katılımcıların teknolojik araçlara daha fazla ilgisinin olduğu özellikle Z kuşağının 6 saatten fazla süreyi teknolojik araçlarla geçirdiği belirlenmiştir. Bu sürelerle ilgili olarak bireylerin teknoloji bağımlılığına bağlı olarak ortaya çıkan birçok hastalığa maruz kalma riski bulunduğu edinilen veriler arasındadır.

Katılımcıların İnternet Güvenliğine Dair Düşünceleri (Virüs, Dolandırıcılık, Veri Güvenliği)

Bütün katılımcıların internette kendilerini güvende hissetmedikleri, alınan önlemlerin yeterli olmadığı konusunda endişeli oldukları tespit edilmiştir. Bazı katılımcılar, olumsuz deneyime bağlı olarak online sitelerden alışveriş yapma konusunda çekingen davrandıklarını ifade etmişlerdir. Bazı katılımcılar, olumsuz internet kullanımı deneyimleri sonrasında daha titiz davrandıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların Teknolojinin İlerlemesine Dair Düşünceleri (Dünya'nın diğer ucundaki ülkede müzeyi sanal olarak gezebilmek, çevrimiçi konsere, seminere katılmak, görüntülü görüşme ile mekân sınırı olmadan görüşebilmek)

Katılımcılar, teknolojinin ilerlemesinin olumlu ve olumsuz yönleri olduğunu, kültürlerin yok olma riski taşıdığı, yaşam şartlarının iyileştirilebilmesinin yanında bazı meslek gruplarının yok olma tehlikesi yaratacağı ve dünyayı ekonomik olarak etkileyeceğini düşünmektedir. Sosyal çevre ile iletişim şeklinin değiştiği, yüz yüze iletişimin yerini online görüşmenin aldığı, bireyler arası iletişimin olumsuz etkilendiği,

tüketim alışkanlıklarının değiştiği, artan manyetik alan ve radyasyonun sağlığa olumsuz etkisi, internet kullanım sürelerinin artmasına bağlı ortaya çıkan yeni sağlık problemleri, doğaya verilen zararın artması, üretim yerini tüketimin alması gibi bulgular elde edilmiştir.

7. Sonuç

Teknolojik gelişmeler, konfor ve verimlilik sunmak amacıyla insan hayatına entegre olmuştur. Modern teknolojinin sağladığı fırsatlar, bireylerin günlük yaşamlarını kolaylaştırmak ve çeşitli sektörlerde yenilikçi çözümler sunmak için kullanılmaktadır. Ancak, teknoloji beraberinde çevresel ve sosyal sorunları da getirmiştir. Teknolojik ilerlemelerin hızına ayak uydurmak, bireylerin yaşamını daha konforlu hale getirebilir. Fakat, bu gelişmelerin doğal alanlara ve ekosistemlere verdiği zarar, ciddi bir küresel tehlike oluşturmaktadır.

Teknolojinin gelişiminin zirvesinde olduğu günümüzde, insan enerjisi gerektiren birçok meslek dalında robotlar kullanılmakta, hız ve işlev ön planda tutulmakta, doğaya verilen zararın en aza indirgenmesi için dünya genelinde devlet yetkilileri tarafından etkin ve verimli enerji kaynaklarının kullanılma zorunluluğu getirilmiştir. İnsanlık tarihinden bu yana, dünyanın sürekli artan nüfusu, teknolojik araçların kullandığı enerji, kullanılan fosil yakıtlar ve atıklar, çevreye salınan zehirli gazlar, dünyayı yaşanmaz bir aşamaya getirmiş ve küresel ısınma, ozon tabakasının küçülmesi gibi birçok sorun, insan neslinin devamlılığı için küresel bir sorun olmuştur. Enerji kaynaklarının sınırlı olması, su kaynaklarının tükenmesi, küresel iklim felaketleri, kaynakların bilinçsiz kullanılması, nesli tükenmek üzere olan canlılar, yeşil enerji kaynaklarının azalması ve bilinçsiz çiftlik hayvan üretimine bağlı olarak havaya zararlı azot gazlarının salınımı, bilinçsiz tüketim alışkanlıklarımızdan dolayı artan karbon ayak izi gibi sebepler dünyanın yaşam ömrünü kısaltmakta ve ileri düzey endüstri toplumlarının yaşam şekli bütün insanlığı tehdit etmektedir (Uzmen & Arar, 2001, s. 2).

Endüstri Devrimi, üretim sisteminin çevresel koşullara karşı hassas olmasına dikkat etmiştir. Dünyadaki sıcaklık değerlerinin yükselmesi, iklim krizi, çeşitli zararlı gazların salınımının artış göstermesi, atık sorunları gibi birçok sorunun çözümü vizyon olarak belirlenmiştir (Elim & Zhai, 2020).

Bütün bu teknolojik ilerlemeler sonrası artan enerji tüketimi enerji sorununu da gündeme getirmektedir. Akıllı cihaz sayısının artması, sürekli yenilenen teknolojik aletlerin zararlı elektronik atık sorunu oluşturmasıyla yüksek enerji tüketimi olmaktadır. Bu noktada Endüstri 5.0 enerjinin doğru yönetimi aşamasında oldukça riskli bir konumdadır. Yenilebilir enerji kullanımını destekleyen çevre dostu çözümler üretilmesi ileride ortaya çıkması muhtemel enerji sorunları için büyük önem arz etmektedir (Adel, 2022).

Toplumlar, teknoloji ile ilk çağdan bu yana çok yol katetmiştir. İçinde bulunduğumuz modern teknolojiye sahip bireyler, otonom arabalar ile seyahat edebilmekte, akıllı evlerde yaşayabilmekte, robotları kendi hizmeti için kullanabilmekte, yapay zeka ile hayalindeki birçok tasarımı hayata geçirebilmekte, sanal dünyada gezintiye çıkabilmekte, beyin çipi ile felç, demans, parkinson gibi birçok hastalığa çözüm getirebilmektedir (Euronews, 2024).

Sanayi devrimi ile başlayan makineleşme çağı, günümüzde uzay çağı ile devam etmektedir. Teknolojik araçlar, bireylerin yaşam standartlarını iyileştirerek, bireye daha fazla enerji ve zaman bırakmakta, kullanılan akıllı teknoloji uygulamaları ile bireyler komutlarını online olarak kısa sürede gerçekleştirebilmektedir.

Teknolojik rasyonalite, ileri endüstriyel toplumlarda kapitalizm ile varlığını sürdürmektedir. Kapitalist sistem, konfor ve lükse sahip olmak isteyen bireylerin, bu araçları satın alarak hizmete sahip olabileceğini reklamlar vasıtasıyla sürekli olarak bilinçaltına empoze etmektedir. Sistem, dijital iletişim araçları, sosyal medya, influencer, pazarlama kampanyaları gibi birçok yoldan bireyleri satın almaya teşvik etmektedir. Küresel sistem ekonomisinin bireylere dayattığı bilinçsiz tüketim algısı, kapitalizmin varlığını devam

ettirmektedir. İleri teknoloji, kapitalizmi dijital dünyaya taşıyarak varlığını online olarak da devam ettirmektedir. Bireyler, sürekli olarak tüketime yönlendirilmekte, sürekli güncellenen ihtiyaçlar bireylere göre yeniden düzenlenmektedir.

Kapitalist sistem, bireyleri sürekli lüks ve konfor satın almaya teşvik ederek tüketim döngüsünü sonsuz hale getirmektedir. Bunun sonucunda teknolojik araçların tüketimi artmaktadır. Ayrıca, yüksek teknoloji gelişiminin eşitsiz dağılımı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında derin uçurumlar yaratarak, yoksulluk ve adaletsizlik sorunlarını daha da kötüleştirmektedir. Dolayısıyla, teknoloji ve kapitalizm ilişkisi hem bireylerin hem de toplumun refah seviyesini ciddi şekilde etkilemektedir.

Teknolojik araçların hayatlarını kolaylaştırdığı modern birey, dijital dünyayı deneyimlemek, daha az enerji ve daha az zaman kullanarak konfor, lüks ve kaliteyi birlikte yaşamak istemektedir. Bu noktada, Herbert Marcuse'nin söylemi ortaya çıkmaktadır. Teknolojinin gelişmişliğini üst düzeye taşıması, uygarlaşmış toplum ve bireyler üzerinde olumlu etkiler bırakacağı düşünülmüştür. Modern teknolojik araçlar, bütün insanlığın ihtiyacı olan her şeyi üretebilecek kapasiteye sahip olmasına rağmen, kapitalist ekonomi bu durumun gerçekleşmesini önlemektedir. Teknolojinin asıl amacı, bireylere ihtiyacı olanları sağlamakla başlamaktadır. Buradan anlaşılabileceği üzere kapitalist ekonomi rejimi, gelişmemiş ülke insanların yoksulluk ve sefalet içinde yaşamasına göz yummaktadır.

Modern teknolojinin, güç sahiplerinin tekelinde, kapitalist ekonomik güce hizmet etmesi 'Tek Boyutlu İnsan' kavramının hayata geçirildiği gerçeğiyle bizi karşı karşıya bırakmıştır. Teknolojik araçlar üzerinde bireyin kontrol sahibi olması, akıllı cihazlardan online işlemlerin kısa sürede gerçekleştirilmesi, fabrika ve depolarda insanların yerini robotların alması, birçok mesleğin işsizlik tehlikesiyle karşı karşıya kalması gerçekleşen teknolojik rasyonaliteyi işaret etmektedir.

Teknolojinin hayatımızda yer aldığı alan giderek büyümekte ve bireyler bu durumun sadece olumlu taraflarını görerek tek tipleşme etkisi altına almaktadır. Çağımızdaki teknolojinin sunduğu yaratıcı, yenilikçi yaklaşımlar ve farklı tasarımlardaki araçlar, bireyleri adeta büyülemektedir. Teknolojik araçların kullanıcılara sunduğu kişiselleştirme, isteğe göre tasarım gibi seçenekler bireylere kendilerini özel ve değerli hissettirerek teknolojiye bağımlılıklarını artırmaktadır. Bu aşamada, karşımıza kapitalizmin bireylere sürekli empoze ettiği tüketim kavramı çıkmaktadır. Etkileyici reklamlar ve kampanyalar, teknolojik cihazlar ve uygulamaların daha çok satın alınmasını sağlamaktadır.

Bireylere sunulan bu göz kamaştırıcı seçeneklerle dolu dünyanın arkasında bireyleri kontrol altında tutma isteği bulunur. Bireylerin kendilerine seçeneklerin sunulduğunu düşünmesi bireylerin davranışlarının gözetim altında olduğu bir mekanizmadan ibarettir. Kullanılan teknolojik araçlardaki sensörler, bireylerin hareketlerini anlık veriler olarak depolarken bireyin düşüncelerine de karar aşamasında yön vermektedir. Teknoloji şirketleri, bireylerin verileri konusunda titiz çalışarak, birbirleriyle bu verileri pazarlık konusu yapmaktadır.

Teknoloji, inovatif özelliklere ve hizmetlere sahip kullanıcı dostu ürünlerin üretilmesine imkân tanırken aynı zamanda halkı teknolojiye bağımlı hale getirmektedir. Teknoloji şirketleri tarafından toplanan verilerin bir ticaret aracı olarak kullanılması, dijital dünyada kontrolün yeni bir formunu temsil etmekle kalmayıp farklı bir gözetim biçiminin varlığına da işaret etmektedir. İnsanlar, farkında olmaksızın programlı bir şekilde yönlendirilmekte ve manipülasyona maruz kalmaktadırlar. Bu durum, bireylerin kendi yaşam koşullarında daha az kontrol sahibi olmalarına yol açmakta ve teknolojiyi elinde tutan azınlığın çıkarlarına hizmet etmektedir.

Kontrolü elinde tutan teknolojinin hayatımızdaki yerinin her geçen gün artması, insanların kültürel ve sosyal anlamda pozitif unsurları da kaybetmesine neden olmaktadır. Modern teknoloji insan yaşamını iyileştirmek amacıyla geliştirilmiş olmasına rağmen, kapitalist ekonomik sistemlerin etkisiyle insanları sınırsız tüketim düzenine zorlamakta ve onları kontrol altında tutmayı kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda,

değerlerimizi yeniden tanımlamak ve geleceğimizi korumak için bilinçli ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıkları geliştirmemiz gerekmektedir. Teknolojinin kontrolü ve etik kullanımı, sadece kendi neslimizin yaşam kalitesini belirlemeyecek, aynı zamanda gelecek nesilleri de etkileyecektir.

Kaynakça

- Adel, A. (2022). Future of industry 5.0 in society: Human-centric solutions, challenges and prospective research areas. *Journal of Cloud Computing*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s13677-022-00314-5>
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon* (O. Adanır, Çev.). Doğu-Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Akışkan Modernite* (S. Çavuş, Çev.; 2. Baskı). Can Sanat Yayınları.
- Bauman, Z. (2021). *Küreselleşme—Toplumsal Sonuçları* (A. Pilgir, Çev.; 10. Baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Brennen, S., & Kreiss, D. (2014). Digitalization and Digitization. *Culture Digitally*. <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization>
- Breque, M., Nul De, L., & Petridis, A. (2021). *Industry 5.0: Towards a sustainable, human-centric and resilient European industry* (s. 43). European Commission Directorate-General for Research and Innovation. (https://msu.euramet.org/current_calls/documents/EC_Industry5.0.pdf).
- Brin, D. (1998). *The Transparent Society*. Perseus Press.
- Butler, J., Laclau, E., & Zizek vd. (2005). *Olumsuzluk, Hegemonya, Evrensellik* (Hil Yayınları).
- Elim, H., Izaac, & Zhai, G. (2020). Control system of multitasking interactions between Society 5.0 and industry 5.0: A conceptual introduction & its applications. *Journal of Physics: Conference Series*, 1463. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1463/1/012035>
- Euronews. (2024, Mart 21). *Neuralink: Beyin çipi takılan felçli hasta düşünce gücüyle satranç oynadı* [Haber]. <https://tr.euronews.com/2024/03/21/neuralink-beyin-cipi-takilan-felcli-hasta-dusunce-gucuyle-satranc-oyyadi>
- Felice, D., Sara, Vigliocco, G., & Hamilton, A. (2021). Social Interaction is A Catalyst for Adult Human Learning In Online Contexts. *Current Biolog*, 31(21), 4853-4859.
- Gürbüz, Ö. (2018, Ekim 1). *Bir Savaş Uçağı 10 Milyon İnsanı Doyurabilir* [Haber Sitesi]. Birgün Gazetesi. <https://www.birgun.net/makale/bir-savas-ucagi-10-milyon-insani-doyurabilir-232120>
- Han, B., Chul. (2021). *Şeffaflık Toplumu* (H. Barışcan, Çev.; 7. Baskı). Metis Yayınları.
- Harvey, D. (2012). *Sermayenin mekânları—Eleştirel bir coğrafyaya doğru* (B. Doğan, Ed.; B. Kıcır & D. Koç, Çev.). Sel Yayıncılık.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği* (N. Ülner & E. Karadoğan, Çev.). Kabalcı Yayınevi.
- Karakulak, C. (2020). İletişim Çalışmalarında Tek Boyutlu İnsan Eseri ve Herbert Marcuse. *Academia Eğitim Araştırmaları Dergisi*.
- Leng, J., Sha, W., Wang, B., Zheng, P., Zhuang, C., Liu, Q., Wuest, T., Mourtzis, D., & Wang, L. (2022). Industry 5.0: Prospect and retrospect. *Journal of Manufacturing Systems. The Hong Kong Polytechnic University Department of Industrial and Systems Engineering*, 65, 279-295.
- Marcuse, H. (1968). *Tek boyutlu insan* (S. Çağan, Çev.). May Yayınları.
- Marcuse, H. (1997). *Tek boyutlu insan ileri işleyim toplumunun ideolojisi üzerine incelemeler* (A. Yıldırım, Çev.). İdea Yayınevi.
- Marcuse, H. (2015). *Tek boyutlu insan*. İdea Yayınevi.
- Oskay, Ü. (2014). *Kitle iletişiminin kültürel işlevleri, XIX. yüzyıldan günümüze kuramsal bir yaklaşım*. İnkılap Yayınları.
- Osmanoğlu, Ö. (2016). Marcuse: “İncelmiş Köleler” ve Tek Boyutlu Toplum. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 65-92. <https://doi.org/10.32739>
- Ölçekçi, H. (2020). Dijital iletişim ve küresel kültürel etkileşimin homojenleşme, kutuplaşma ve melezleşme süreçleri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 50, 146-163.

- Schmidt, E., & Cohen, J. (2014). *Yeni Dijital Çağ*. Optimist Yayınları.
- Schumacher, A., Sihn, W., & Erol, S. (2016). *Automation, digitization and digitalization and their implications for manufacturing processes*. Innovation and Sustainability International Scientific Conference, Bucharest, Romania.
- Tutar, H., & Erdem, A. (2020). *Örnekleriyle bilimsel araştırma yöntemleri ve – spss uygulamaları –*. Seçkin Yayıncılık.
- Uzmen, R., & Arar, A. (2001). 21. Yüzyılda Enerji Kullanımı ve İklim Değişikliği. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 2. https://www.mfa.gov.tr/21_-yuzyilda-enerji-kullanimi-ve-iklim-decisiklici.tr.mfa
- Vogelsang, M. (2010). *Digitalization in open economies*. Physica-Verlag.
- Yankın, F., Bilal. (2019). Dijital dönüşüm sürecinde çalışma yaşamı. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 7(2), 1-38.
- Yengin, D. (2012). Mekanikleşen Birey: Arçelik Örneğinin R.Barthes’a Göre Çözümlemesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2(1).
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. Baskı). Seçkin Yayıncılık.