КЫРГЫЗ-ТҮРК "МАНАС"
УНИВЕРСИТЕТИ
KIRGIZİSTAN - TÜRKİYE
MANAS ÜNİVERSİTESİ

MANAS Journal of Social Studies

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi

e-ISSN/ISSN 1694-7215

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Kyrgyz-Turkish Manas University

MANAS Journal of Social Studies - MJSS | **MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi - MSAD**

Uluslararası Hakemli Bilimsel Dergi | International, Peer Reviewed Scientific Journal

e-ISSN/ISSN: 1694-7215

Yayın Sıklığı
Yılda dört kez (Ocak, Nisan, Temmuz, Ekim)

Publication Frequency
Four times annually in January, April, July, October

Yayın Türü
Yaygın Süreli

Publication Type
Serial, Quarterly

Yayın Dili
Türkçe, İngilizce, Kırgızca ve Rusça

Publication Language
Turkish, English, Kyrgyz and Russian

SAHİBİ | **OWNERS**

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi *adına* | *on behalf of* Kyrgyz-Turkish Manas University

Rektör / Rector – Prof. Dr. Alpaslan CEYLAN

Rektör Vekili / Pre Rector – Prof. Dr. Almaz İBRAYEV

BİLİMSEL YAYIN KOORDİNATÖRÜ | **SCIENTIFIC PUBLICATION COORDINATOR**

Prof. Dr. Recai DOĞAN

Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan

BAŞ EDİTÖR | **EDITOR IN-CHIEF**

Prof. Dr. Recai DOĞAN

Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan

YARDIMCI EDİTÖR | **ASSOCIATE EDITOR**

Assoc. Prof. Dr. Seyil NAJİMUDİNOVA

Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan

YAYIN KURULU | **EDITORIAL BOARD**

Prof. Dr. Recai DOĞAN

Prof. Dr. Mehmet Arif ÖZERBAŞ

Prof. Dr. Alpaslan AŞIK

Doç. Dr. Seyil NAJİMUDİNOVA

Doç. Dr. Azamat MAKSÜDÜNOV

Doç. Dr. Erkan EFİLTİ

Yard. Doç. Dr. Narıngül MARGAZIYEVA

ALAN EDİTÖRLERİ SECTION EDITORS	
Din Bilimleri *Theology*	Prof. Dr. Recai DOĞAN *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Edebiyat *Letters*	Prof. Dr. Ozan YILMAZ *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Eğitim *Education*	Prof. Dr. Mehmet Arif ÖZERBAŞ *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Güzel Sanatlar *Fine Arts*	Prof. Dr. Mehmet ÖZKARCI *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Muhasebe ve Finansman, Yönetim Bilgi Sistemleri *Accounting and Finance, Management Information Systems*	Prof. Dr. Gökhan ÖZER *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Sosyoloji *Sociology*	Prof. Dr. Ertan ÖZENSEL *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Spor Bilimleri *Sport Sciences*	Prof. Dr. Fikret SOYER *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Arkeoloji *Archaeology*	Prof. Dr. Nezahat CEYLAN *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Tarih *History*	Prof. Dr. Alpaslan AŞIK *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi *International Relations and Political Science*	Prof. Dr. Yunus Emre GÜRBÜZ *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Ekonomi Bilimi, Kamu Ekonomisi *Economics, Public Economics*	Assoc. Prof. Dr. Cunus GANİEV *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
İşletme, Yönetim ve Organizasyon *Business, Management and Organization*	Assoc. Prof. Dr. Seyil NAJİMUDİNOVA *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Medya ve İletişim *Media and Communication*	Assoc. Prof. Dr. Gökçe YOĞURTÇU *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Pazarlama *Marketing*	Assoc. Prof. Dr. Azamat MAKSÜDÜNOV *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Psikoloji *Psychology*	Assoc. Prof. Dr. Erkan EFİLTİ *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Kamu Yönetimi *Public Administration*	Assoc. Prof. Dr. Uğur ÜNAL *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Turizm *Tourism*	Assist. Prof. Dr. Narıngül MARGAZIYEVA *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Dil Çalışmaları *Language Studies*	Assist. Prof. Dr. Serdar DAĞISTAN *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Felsefe *Philosophy*	Dr. Abdiraşit BABATAYEV *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*

BİLİM DANIŞMA KURULU EDITORIAL ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Abdullah GÜNDOĞDU - Ankara University / Türkiye
Prof. Dr. Abdullah KARAÇAY - Akdeniz University / Türkiye
Prof. Dr. Ahmet Cevat ACAR - Turkish Academy of Sciences / Türkiye
Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL - Yeditepe University / Türkiye
Prof. Dr. Ali ABISHEV - Kazakh Economics University / Kazakhstan
Prof. Dr. Alisher RASULEV - Institute of Economics / Uzbekistan
Prof. Dr. Anvarbek MOKEEV - Kyrgyz-Turkish Manas University / Kyrgyzstan
Prof. Dr. Ayşegül Asuman AKDOĞAN - Kyrgyz-Turkish Manas University / Kyrgyzstan
Prof. Dr. Ercan OKTAY - Karamanoğlu Mehmetbey University / Turkey
Prof. Dr. Cemal SEZER - Sakarya University / Türkiye
Prof. Dr. Celaleddin SERİNKAN - Pamukkale University / Türkiye
Prof. Dr. Ceyhun Vedat UYGUR - Pamukkale University / Türkiye
Prof. Dr. Cusup PİRİMBAYEV - Kyrgyz-Turkish Manas University / Kyrgyzstan
Prof. Dr. Engin YILDIRIM - T.C. Supreme Court / Türkiye
Prof. Dr. Ercan SIRAKAYA - University of South Carolina / USA
Prof. Dr. Erdener KAYNAK - Penn State University / USA
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ - University of Central Florida / USA
Prof. Dr. Feyzullah EROĞLU - Pamukkale University / Türkiye
Prof. Dr. Fırat YALDIZ - Necmettin Erbakan University / Türkiye
Prof. Dr. Gülden SAĞOL YÜKSEKKAYA - Marmara University / Türkiye
Prof. Dr. Goudarz SADEGHI - University of Mohaghegh Ardabili / Iran
Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY - Kilis Yedi Aralık University / Türkiye
Prof. Dr. Hakan TAŞ - Marmara University / Türkiye
Prof. Dr. Hasan VERGİL - İstanbul University / Türkiye
Prof. Dr. K. Makhmad UMAROV - Institute of Economics / Tajikistan
Prof. Dr. Kaisyn KHUBİEV - M. V. Lomonosov Moscow State University / Russia
Prof. Dr. Kubat TABALDİYEV - Kyrgyz-Turkish Manas University / Kyrgyzstan
Prof. Dr. Layli UKUBAYEVA - Kyrgyz-Turkish Manas University / Kyrgyzstan
Prof. Dr. Levent ALTINAY - Oxford Brookes University / UK
Prof. Dr. Mehmet AYDIN - Ondokuz Mayıs University / Türkiye
Prof. Dr. Mehmet BALCILAR - Eastern Mediterranean University / North Cyprus Turkish Republic
Prof. Dr. Mehmet Dursun ERDEM - International Balkan University/ Türkiye
Prof. Dr. Mehmet ŞİŞMAN - Fatih Sultan Mehmet University / Türkiye
Prof. Dr. Meltem ONAY - Dokuz Eylül University / Türkiye
Prof. Dr. Metin BAYRAK - Atatürk University / Türkiye
Prof. Dr. Murat TAŞDAN - Kafkas University / Türkiye
Prof. Dr. Mustafa KÖYLÜ - Ondokuz Mayıs University / Türkiye
Prof. Dr. Mustafa MIYNAT - Celal Bayar University / Türkiye
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL - Virginia Polytechnic Institute / USA
Prof. Dr. Nuriddin KAYUMOV - Tajikistan Academy Of Sciences / Tajikistan
Prof. Dr. Orazaly SABDEN - Institute of Economics / Kazakhstan
Prof. Dr. Orhan Kemal TAVUKÇU - Recep Tayyip Erdoğan University / Türkiye
Prof. Dr. Ömer Selçuk EMSEN - Atatürk Üniversitesi University / Türkiye
Prof. Dr. Polina ANANCHENKOVA - Academy of Labour and Social Relations / Russia
Prof. Dr. Rahman ALSHANOV - Turan University / Kazakhstan
Prof. Dr. Selahattin SARI - Beykent University / Türkiye
Prof. Dr. Selçuk EMSEN - Atatürk University / Türkiye
Prof. Dr. Shakir ULLAH - Stratford University / USA
Prof. Dr. Şeyhmus Recai TEKOĞLU - Dokuz Eylül University / Türkiye
Prof. Dr. Tatiana PYSHKINA - Academy of Economic Studies of Moldova / Moldova
Prof. Dr. Tohtar ESİRKEPOV - Turan University / Kazakhstan
Prof. Dr. Tuncay AYAS - Sakarya University / Türkiye
Prof. Dr. Tuncer BÜLBÜL - Trakya University / Türkiye

Prof. Dr. Turar KOYCHUEV - National Academy of Sciences / Kyrgyzstan
Prof. Dr. Elena BONTA - University "Vasile Alecsandri" of Bacau / Romania
Prof. Dr. Yahya ALTINKURT - Muğla Sıtkı Koçman University / Türkiye
Prof. Dr. Yücel ÖKSÜZ - Ondokuz Mayıs University / Türkiye
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ - University of Portsmouth / UK
Prof. Dr. Nezahat CEYLAN - Balıkesir University / Türkiye
Prof. Dr. Oktay ÖZGÜL - Yalova University / Türkiye
Prof. Dr. Yavuz GÜNAŞDI - Atatürk University / Türkiye
Prof. Dr. İbrahim ÜNGÖR - Erzincan Binali Yıldırım University / Türkiye
Prof. Dr. Akın BİNGÖL - Kafkas University / Türkiye
Yrd. Doç. Dr. Nurdin USEEV - Uluslararası Türk Akademisi / Kazakhstan
Dr. Cıldız ÇIMANOVA - Kyrgyz-Turkish Manas University / Kyrgyzstan

REDAKSİYON	REDACTION
Türkçe Ayşe ADIGÜZEL, Murat ATAR, Özkan ÇELİK	**Turkish** *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Kırgızca Venera TURATBEK KIZI, Toyçubay ÜSÖNALİYEV	**Kyrgyz** *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
İngilizce Gulnara APSAMATOVA, Aida ASILBEKOVA, Tolkun MUSAEVA, Aynura AHMADOVA, Zarina CAYLOBAYEVA.	**English** *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
Rusça Anara BAYIZBEKOVA	**Russian** *Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
TEKNİK EDİTÖR	**TECHNICAL EDITOR**
Kayahan KÜÇÜK Yusuf GÜNDÜZ	*Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan*
YAZIŞMA ADRESİ	**CORRESPONDENCE ADDRESS**
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Cengiz Aytmatov Caddesi 56, 720044, Bişkek/Kırgızistan	Kyrgyz-Turkish Manas University Editor in Chief MANAS Journal of Social Studies 56 Chyngyz Aitmatov Avenue, 720044, Bishkek, Kyrgyzstan
İLETİŞİM	**CONTACTS**
e-mail: mjssmanas@gmail.com, recai.dogan@manas.edu.kg Tel: +996 (312) 49 27 63 (65, 69, 70, 74, 58) +996 (312) 54 19 41-47 Fax: +996 (312) 49 27 61, 81-89	
WEB SAYFASI	**WEB PAGE**
http://journals.manas.edu.kg/mjsr/index.php http://dergipark.gov.tr/mjss	

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi Dizinleme

MANAS Journal of Social Studies (MJSS) is indexed and abstracted in

ULAKBİM TR Dizin

SOBIAD, Sosyal Bilimler Atıf Dizini

CiteFactor Academic Scientific Journals

The European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences (ERIH PLUS)

Academia Edu

Türk Eğitim Endeksi

Cabell's Directories

Araştırmax Bilimsel Yayın İndeksi

Directory of Research Journals Indexing

Open Academic Journals Index

İdeal Online

Academic Resource Index

Cosmos IF

Scientific Indexing Services (SIS)

Russian Science Citation Index

Central & Eastern European Academic Source Database

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi
MANAS Journal of Social Studies

e-ISSN / ISSN: 1694-7215

http://journals.manas.edu.kg

Yıl/Year	Cilt/Volume	Sayı/Issue
2025	14	3

CONTENTS / İÇİNDEKİLER

Araştırma Makalesi / Research Article

Yazar/Author	Başlık / Title	Sayfa/Page
İlker İŞLER	Millî Mücadele'nin Başlangıcına Dair Toplumcu Gerçekçi Üç Roman: Sınıf Arkadaşları, Esir Şehrin İnsanları, Despot *Three Socialist Realistic Novels About the Beginning of the National Struggle: Classmates, People of the Captured City, Despot*	900 – 911
Selinay ERGENÇ	Tataristan'da Türkoloji Çalışmaları (XVIII. Yüzyılın Ortalarından 1917 Bolşevik Devrimine Kadar) *Turkology Studies in Tatarstan (From the Mid-18th Century to the Bolshevik Revolution in 1917)*	912 – 921
Leyla BABATÜRK	Türkçe ve Rusça Eşdeğer Deyimler *Equivalent Idioms in Russian and Turkish*	922 – 932
Aslıhan ATİK	Din Eğitiminde Yapay Zekâ Destekli Godly Play Yaklaşımı: Hz. Yusuf Örneği *Artificial Intelligence Supported Godly Play Approach in Religious Education: The Example of Prophet Yusuf*	933 – 945
Meryem KARATAŞ	Şiddet Problemi Bağlamında 2018 DKAB Öğretim Programlarında Şiddete Karşı Kullanılan Argümanlar *Arguments Used Against Violence in the 2018 Religious Education Curricula in the Context of the Problem of Violence*	946 – 961
Filiz TOPTAN GÜNEŞ ve Şefika Şule ERÇETİN	Eğitim Örgütlerinde Örgütsel Narsisizm ile Kurumsal İtibar Arasındaki İlişki The Relationship Between Organizational Narcissism and Corporate Reputation in Educational Organizations	962 – 974
Gökhan İRHAN	Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modelleri ile İlgili Bilgi Testinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması *Development of a Knowledge Test on Teaching Models Used in Physical Education Pedagogy: Validity and Reliability Study*	975 – 993
Kürşad YILMAZ, Halil ALAKUŞ ve Seher ŞAHİN-YILDIZ	Özel Okul Öğretmenlerinin Sessiz İstifa Deneyimleri: Nitel Bir Araştırma *Quiet Quitting Experiences of Private School Teachers: A Qualitative Research*	994 – 1012

Yazar/Author	Başlık / Title	Sayfa/Page
Murat YİĞİTTEKİN, Fatma KÖYBAŞI ŞEMİN	Okul Yöneticilerinin İş Süreçlerinde Yapay Zekâ Kullanımına İlişkin Görüşleri: Ankara İli Örneği *School Administrators' Views on Using Artificial Intelligence in Their Work Processes*	1013 – 1031
Engin DURSUN, Mücella BURSAL	D-8 Ülkelerinde Savunma Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Etkisi *Effect of Defense Expenditures on Economic Growth in D-8 Countries*	1032 – 1046
Fatih KOÇ	Türk Devletleri Teşkilatına Üye Ülkelerde Ortak Bir Siyasi Finansman Önerisi *A Proposal for Common Political Financing in the Member States of the Organization of Turkic States*	1047 – 1056
Ali AVLAR	Kahramanın Sonsuz Yolculuğu Modeli: Thelma ve Louise Filmi Üzerine Bir İnceleme *The Hero's Infinite Journey Model: A Study on the Movie Thelma And Louise*	1057 – 1069
Aidai ÖMÜRBEKOVA ve Uğur ÜNAL	Keremet Köç Çizgi Filminin UNESCO Evrensel Değerler Perspektifinden İncelenmesi *Analysis of the Keremet Köç Animated Series from the Perspective of UNESCO Universal Values*	1070 – 1083
Fırat YOLCU	Türk Basını Bağlamında Gazete ve Dil İlişkisi *The Relationship Between Newspapers and Language in The Context of Turkish Press*	1084 – 1100
Kubilay ÇELİK	Günümüz Türkiye'sinde Karikatüristlerin Basın Özgürlüğüne Yaklaşımı *Cartoonists' Approach to Freedom of the Press in Today's Turkey*	1101 – 1118
Mehmet Akif GÜNAY	Kurumsal Kimliğin Kent Kimliğine Dönüşümü: Şehir Merkezlerinde Mağaza Tabela Tasarımlarının Aynılaşması *Transformation of Corporate Identity into Urban Identity: Identification of Store Signage Designs in City Centres*	1119 – 1139
Nurgül ÖZDEMİR	Hiper Metin ve Kolektif Bellek: Sovyet Temalı Hashtaglerin İncelenmesi *Hypertext and Collective Memory: An Analysis of Soviet Themed Hashtags*	1140 – 1156
Özcan PALAVAN, Bilge GÜLTEKİN	Göçebe Kültür ve Dijital Bağlantılar: Yörükler Arasında Sosyal Medya Kullanımı *Nomadic Culture and Digital Connections: Social Media Use Among The Yörük*	1157 – 1170
Sinem YELES KARAMAN ve Şükrü BALCI	Medya Okuryazarlığının Medya Ön Yargıları, Yalan Haber Paylaşımı ve Medya Haberlerine Güven Üzerindeki Etkileri *Effects of Media Literacy on Media Bias, Sharing of Fake News, and Trust in Media News*	1171 – 1185
Nermin KİŞİ	TR33 ve TR81 Bölgelerinde Yeşil Dönüşüm ve Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Karşılaştırmalı Bir Analizi *A Comparative Analysis of Green Transformation and Green Human*	1186 – 1202

	Resources Management Practices in TR33 and TR81 Regions	
Yazar/Author	**Başlık / Title**	**Sayfa/Page**
Şerif Ahmet DEMİRDAĞ, Eray TURPCU ve Ali İSKENDER	Pygmalion Etkisi Tutumu İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma *The Relationship Between Pygmalion Effect Attitude and Organizational Commitment: A Research On Hotel Employees*	1203 – 1221
İpek YAYLALI	Enflasyon Muhasebesi ve Muhasebe Hileleri *Inflation Accounting and Accounting Fraud*	1222 – 1235
Bora GÜNDÜZYELİ, Furkan Enes İPEK	The Role of Product Placement in Digital Marketing: Insights from World Cinema and Turkish Films *Dijital Pazarlamada Ürün Yerleştirmenin Rolü: Dünya Sineması ve Türk Filmlerinden Görüşler*	1236 – 1252
Nazan KORUCUK	Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği: Geçerlik-Güvenirlik Çalışması *Consumer Purchasing Behavior Scale: Validity-Reliabilty Study*	1253 – 1271
Kadir ŞAHİN	Oğuzların Astanası Yengikent: Yazılı Metinler, Arkeolojik Bulgular ve Tarihsel Coğrafya Bağlamında Bir İnceleme *Yengikent, the Capital of the Oghuz: An Analysis Based on Written Sources, Archaeological Findings and Historical Geography*	1272 – 1296
Ömer ZAİMOĞLU, Nazarov Ağabek JENISBEKULU	Jeti-Asar (Yedi- Asar) Kültürü: Altin-Asar Kalesi'nden Bulunan Runik Yazi Ve Antropomorfik Figür Üzerine *Jeti- Asar (Seven Asar) Cuşture: Runic Inscription And Anthropomorphic Figures Found at Altın-Asar Fortress*	1297 – 1308
Hatice CENGER	Financial Performance Analysis of Borsa Istanbul-Listed Automotive Firms: A DEA and Benchmarking Approach *Borsa İstanbul'da İşlem Gören Otomotiv Firmalarının Finansal Performansının VZA ve Benchmarking ile Değerlendirilmesi*	1309 – 1323

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Millî Mücadele'nin Başlangıcına Dair Toplumcu Gerçekçi Üç Roman: Sınıf Arkadaşları, Esir Şehrin İnsanları, Despot

İlker İŞLER[1]

Öz

Millî tarihimizin dönüm noktalarından olan Millî Mücadele, Türk edebiyatındaki yankısını çeşitli örneklerle bulmuştur. Milli Mücadele; edebiyatın ve sanatın önemli konularından biri olarak çok sayıda eserde işlenmiştir. *Sınıf Arkadaşları*, *Esir Şehrin İnsanları*, *Despot*, Millî Mücadele'nin işlendiği romanlardır. Üç romanda; Millî Mücadele'nin ilk yıllarındaki durumlar, pozisyonlar ve eylemler; vatanseverlik, hainlik, millî-toplumsal çıkarlar, bireysel çıkarlar vb. gerçeklikler, vurucu betimlemelerle sunulmaktadır. Toplumcu Gerçekçiliği benimsemiş üç yazarın eserleri olan bu romanlar, toplumsal eleştirellikleriyle de dikkat çekerler. Toplumcu Gerçekçilik, 20. yüzyılın dikkat çeken sanat-edebiyat kuramları arasındadır. Bu kuram gereğince; Marksist estetikle bütünleştirilmiş sosyalizm, komünizm merkezli konular, yine bu kuramın ilkelerine uygun biçimde işlenmeye çalışılmıştır. İşlenişler açısından; farklı ulusal edebiyatlar bağlamında, toplumsal, kültürel, yönetimsel farklılıklar belirgin olmaktadır. Diğer yandan, benzer ya da ortak konular çerçevesinde içerik ve yapı özellikleri algılanabilmektedir. İlgili romanlar okunurken, dönemin gerçekliklerinin Toplumcu Gerçekçi kurama göre hangi yönlerden özellikler taşıdığı çözümlenmiş ve buna dair bulgulara ulaşılmıştır. Çalışmamız, Millî Mücadele'nin başlangıç yıllarının Türk romanına yansıyışlarını, bu üç roman örneğiyle ve bunların aynı konuyu işleyen diğer eserlerden farklarıyla ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Millî Mücadele, Toplumcu Gerçekçilik, Sınıf Arkadaşları, Esir Şehrin İnsanları, Despot

Three Socialist Realistic Novels About the Beginning of the National Struggle: Classmates, People of the Captured City, Despot

Abstract

The War of Independence, one of the turning points of our national history, found its echo in Turkish literature with various examples. The War of Independence has been discussed in many works as one of the important subjects of literature and art. *Classmates*, *People of the Captured City*, *Despot* are novels dealing with the War of Independence. In the works; Situations, positions and actions in the first years of the War of Independence; patriotism, treason, national-social interests, individual interests, etc. realities are presented with striking descriptions. These novels, which are the works of three writers who adopted Social Realism, also attract attention with their social criticism. Socialist Realism is among the notable art-literature theories of the 20th century. In accordance with this theory, socialism and communism-centered topics integrated with Marxist aesthetics were tried to be handled in accordance with the principles of this theory. In terms of handling; social, cultural, and administrative differences are evident in the context of different national literatures. On the other hand, content and structural features can be perceived within the framework of similar or common issues. While reading the relevant novels, the aspects of the realities of the period that were characteristic of the Socialist Realist theory were analyzed and findings were reached. Our study aims to reveal the reflections of the beginning years of the War of Independence on Turkish novel with these three novel examples and their differences from other works on the same subject.

Keywords: National Struggle, Social Realism, Classmates, People of the Captured City, Despot

Atıf İçin / Please Cite As:

İşler, İ. (2025). Millî Mücadele'nin başlangıcına dair toplumcu gerçekçi üç roman: Sınıf Arkadaşları, Esir Şehrin İnsanları, Despot. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 900-911. doi:10.33206/mjss.1658090

Geliş Tarihi / Received Date: 23.04.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 18.05.2025

[1] Öğr. Gör. Dr. – Şırnak Üniversitesi, Rektörlük-Türk Dili Bölümü Başkanlığı, ilkondrous_34@hotmail.com,
ORCID: 0000-0002-2438-6070

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Millî Mücadele, yakın dönem Türk tarihinin en önemli olayıdır. Altı yüz yıllık büyük bir Türk devleti olan Osmanlı Devleti'nin, tarihteki ömrünü kanlı savaşlar sonucunda tamamlamasının ardından, milletimizin karakteristiği olan bağımsızlık uğrunda verdiği mücadelenin adıdır. Millî Mücadele'nin en önemli sonucu, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kuruluşudur. Milletlerin tarihlerindeki büyük olayların toplumsal yaşama yansıyışlarının akla gelen ilk somut örnekleri, sanat ve edebiyat eserleridir. Resimden müziğe, heykelden edebiyata her güzel sanatta türlü eserler, ilgili tarihî olayın duygusunu hissettirir, bilinci tazeler. Millî Mücadele, bu bakımdan, yakın dönem Türk sanatının ve edebiyatının çok büyük, baskın konularından biri olmuştur. Yeni Türk Edebiyatı'nın ilgili dönemleri içerisinde pek çok şiir, roman, hikâye (öykü) ve tiyatro eseri, Millî Mücadele'den esinlenerek yazılmıştır. Yazılan eserlere bakıldığında; Millî Mücadele'nin ana izlek, yan izlek, fon vb. biçimde işlendiği pek çok romanın varlığı dikkat çeker. Konuyla ilgili romanların sınıflandırılmaları; dönemsel, toplum bilimsel, düşün vb. özelliklere göre yapılmıştır.

Roman, edebî türler arasında özellikle, son iki yüzyılın çok ilgi çekmiş bir türüdür ve bu durumunu devam ettirmektedir. Toplumların, devletlerin tarihlerindeki önemli olaylar; birer roman konusu olduklarında üzerlerine daha fazla odaklanılmış, onlarla ilgili yeni çalışmalar ve incelemeler yapılmıştır. Toplumların tarih bilinçlerinin kuvvetlendirilmesinde, romanın yadsınmaz katkıları vardır. Bu bağlamda genel bir bakışla, Millî Mücadele'nin, farklı edebî kişilik ve sanatsal görüşlerdeki Türk yazarların eserlerinde, çeşitli yönleriyle işlendiğini görmekteyiz. Yakın dönem tarihimize damgasını vurmuş Millî Mücadele'nin önemini unutmamak adına, Millî Mücadele konulu romanlarımızın millî bilincimize katkıları, geleceğimizin aydınlık bir yolda güvenle ilerleyebilmesi için tarihsel ve sanatsal birer ışık gibidir.

Türk romanında Millî Mücadele konusuyla ilgili yapılan çalışmalar genellikle; kitap, dergi, kitap bölümü, makale, bildiri, deneme, lisans, yüksek lisans ve doktora tezleri olarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmamızın kapsamında; ana konumuzla (Millî Mücadele) ilişkili olarak, üç yazarımızın ilgili romanları içerisinden, Toplumcu Gerçekçilik çizgisinde de değerlendirebileceğimiz bazı özellikler yer almaktadır. Bu bağlamda, toplumsal yapı ve toplumsal ilişkilerle ilgili özellikleri de İstanbul ve Anadolu üzerinden örneklerle vurgulamaya çalışacağız. Toplumcu Gerçekçilik, Cumhuriyet Dönemi Türk Edebiyatı'nın konu çeşitliliği içerisinde önemli bir kolu oluşturur. Amacımız; Toplumcu Gerçekçi olarak kabul ettiğimiz Cevdet Kudret Solok, Kemal Tahir ve Reşat Enis Aygen'in ilgili romanlarında, kendilerinin Millî Mücadele'nin özellikle başlangıç yıllarını nasıl işlediklerini göstermek ve bununla ilgili özgünlüklerini sunmaktır. Ayrıca, Türk romanında Millî Mücadele'nin işlenişiyle ilgili değerlendirmelere yeni bir örnekle, Türk edebiyatına ve edebiyat bilimine katkı sağlamaktır.

Mücadele, Savaş ve Roman: Millî Mücadele'nin Türk Romanına Yansıyışları ve Toplumcu Gerçekçilik

Roman, tarihin yansımasının türlü dikkatlerle somutlaştığı bir edebî türdür. Esas itibariyle kurmaca bir tür olan romanın biri hayata diğeri edebiyata açılan iki kapısı vardır (Tekin, 2001, s. 8). Romanın hayata açılan kapısı, toplum hayatını bütünüyle içine alabilecek bir kurgu genişliğini imler. Roman yazarı, hayat kapısından giren toplumsal yaşamı alır, kurgular, işler ve eserini oluşturur. Önemli tarihî olaylar; milletlerin yaşamlarında bitişler, başlangıçlar ve evrelerle belleklere kazınır. Millî Mücadele, bu bakımdan büyük bir örnektir.

Millî Mücadele; Türk tarihinin çağdaş dönemdeki kırılma noktalarından biridir. Millî Mücadele; Türk milletinin, büyük bir dünya savaşındaki yenilgiden kaynaklanan yok olma tehlikesine karşı verdiği ve zaferle sonuçlandırdığı bağımsızlık mücadelesidir. Anadolu ve İstanbul; büyük savaştaki yenilgi sebebiyle, 1918 yılının son aylarından itibaren İtilaf Devletleri tarafından işgal edilmeye başlanır. İşgallerle birlikte direniş hareketleri de başlar. Direniş hareketlerini tetikleyen asıl olay, İzmir'in Yunan ordusu tarafından işgal edilmesidir. Bütün yurtta üzüntü ve öfkeye sebep olan bu olayla birlikte, İtilaf Devletleri'nin tüm işgalleri, çeşitli mitinglerle protesto edilmiştir. İstanbul'da Fatih, Üsküdar, Kadıköy, Sultanahmet mitingleri; Anadolu'daysa İzmir, Siirt, Edirne, Alaşehir, Kızılcahamam, Kastamonu, Konya mitingleri düzenlenmiştir. 19 Mayıs 1919'da başlayan yeni süreç; sırasıyla, Havza, Amasya genelgelerinin yayımlanmaları, Erzurum ve Sivas kongrelerinin gerçekleştirilmesiyle yeni boyutlar kazanmıştır. Kuvayımilliye güçleri; düzenli ordunun kuruluşuna kadarki sürede; Güney Cephesinde Fransızlara ve Fransız yanlısı Ermenilere karşı, Doğu Cephesinde kendi devletlerini kurmak isteyen Ermenilere karşı ve Batı Cephesinde Yunanlara karşı savaşmışlardır. Düzenli ordunun kuruluşundan sonraki muharebeler, Yunan ordusuna karşı gerçekleştirilmiştir.

Düzenli ordunun ilk muharebesi, I. İnönü Muharebesi'dir. Yunan ordusuyla Türk ordusu arasında yapılan muharebede, Türk ordusu zafer kazanmıştır. Ardından, II. İnönü Muharebesi de Türk ordusunun zaferiyle sonuçlanmıştır. 10 Temmuz-24 Temmuz 1921'deki Kütahya-Eskişehir Muhaberesi'ni ise Yunan ordusu kazanmıştır. Türk ordusu, Sakarya ırmağının doğusuna çekilmiştir. Sakarya Meydan Muharebesi'ndeyse Türk ordusu, Yunan ordusuna karşı büyük bir savunma savaşı gerçekleştirmiştir ve zafer kazanmıştır. 26-30 Ağustos 1922'de gerçekleştirilen Büyük Taarruz'la, Yunan ordusuna en büyük darbe vurulmuştur. Türk ordusu Büyük Taarruz ve onu takip eden günlerde Ege Bölgesi'ndeki Yunan işgalini sona erdirmiştir. Lozan Antlaşması'yla da yeni Türk devletinin Anadolu, Doğu Trakya toprakları üzerindeki egemenliği özellikle büyük devletler tarafından tanınmıştır.

Roman, edebî türler içerisinde özellikle 19. yüzyıldan itibaren ağırlığını hissettiren ve dünyanın pek çok yerinde çok sayıda okuyucusu olan bir türdür. Romanın beğenilen bir edebî tür oluşunda, onun birey ve toplum yaşamıyla ilgisinin yadsınamaz önemi vardır. Yaşama dair her durum, yaşamın akışını değiştiren her olay, romanın konusu olabilmektedir. Ulusumuzun 20. yüzyıldaki yazgısını belirleyen ve geleceğe yürüyüşünün yönlerini çizen Millî Mücadele, Türk romancıları için kapsamlı bir izlekler bütününü taşır. Ulusal kimliğin sağlamlaşması ve yurttaşlarda bu bilincin güçlenmesi, yeni devletin kurucu felsefesi, çağdaşlaşma, kalkınma vb. gerçekliklerden toplumsal yaşama, sınıflara, değişimlere, dönüşümlere, 19. yüzyılın son çeyreğinden beri devam ettiğine dikkat çekilen bazı yozlaşmalara kadar pek çok eylem ve durum, Millî Mücadele'ye yer verilen romanlarda kendini gösterir. M. Somers ve G. Gibson'a göre (1994); insanlar ve toplumlar toplum içindeki yerlerini, geçmişlerini ve kimliklerini bir tarihsel "öykü" içinde" algılarlar. Millî Mücadele, ulusal kimliğimizin yaşatıcı öykülerinden biridir. Bu öykünün "kanon"laşması, ulusun geleceği için önemlidir. Kanon; içinde bir milletin, bir sınıfın ya da bireyin farklılaşmamış bir kimlik bulabileceği ütopik bir sürekli metinsellik mekânıdır (Jusdanis, 1998). İlgili dönemde, Cumhuriyetimizin kuruluşuna vesile olan Millî Mücadele'yi ve dönemin çeşitli gerçekliklerini yansıtan bir kanon oluşturma çabasını görmek mümkündür. Buna karşın, Örneğin Alemdar Yalçın'a göre (1998); *"1. Dünya Savaşı'ndan yüzlerce roman çıkaran Batı, Vietnam Savaşı'ndan yüzlerce film çıkaran Amerikalı aydın, kendi meselesine sahip olmanın, onlara ciddiyetle yaklaşmanın zevkini, verdiği kaliteli eserlerde tatmaktadır. Bizim, her biri acı-tatlı binlerce olayın destanı olan tarihimiz ise kendi aydını tarafından keşfedilmeyi beklemektedir."*

Diğer yandan, özellikle Türk-Yunan savaşına ilişkin Cumhuriyetçi cepheden yaklaşan "kurtuluş" ve "kuruluş" romanlarının bir kanon oluşturdukları (Türkeş, 2003: 13) söylenebilmektedir. Millî Mücadele'nin başlangıcında rol oynayan Mondros Ateşkes Antlaşması'nın Birinci Dünya Savaşı'yla ilgili oluşu, Millî Mücadele'yi konu edinen romanlarımızın tarihsel arka planını genel anlamıyla 1914'e götürür. Bu sebeple, Ömer Türkeş'e göre (2003, ss. 14-15); 1914-1923 arasından yaşananları yansıtan romanları yazılış tarihlerine göre üç döneme ayırabiliriz. I. dönem (1920-1950) romanları, savaş yıllarına tanıklık eden aydınlarca yazılmıştır. II. dönemde (1950-1980) yazılanlar, Cumhuriyet'in yetiştirdiği ilk kuşak aydınların eserleridir ve yazıldıkları yılların siyasal eğilimlerini barındırırlar. Yazar-aydınların bu iki dönemdeki etkinliği dikkat çekicidir. Edebiyat bir "aydınlar" uğraşıdır. Ancak, bu okumuş insanların hareket alanı toplumun bütünü ya da en azından toplumun okumuşlarıdır (Millas, 2005, s. 23). Harf Devrimi'nden (1928) sonra devlet eliyle başlatılan okuma-yazma seferberliği, halkın okuryazarlık yüzdesini arttırırken yazar aydınların romanlarının bilinirlik ve okunurluk oranlarının yükselmesini de sağlamıştır. 80'lerden sonra yazılan III. dönem romanlarındaysa günümüzün koşullarını arka planda bırakmadan yapılandırılan bir tarih anlayışı mevcuttur. Birinci dönem romanlarında çoğunlukla Birinci Dünya Savaşı'nın insanımızda yarattığı etkiler, İstanbul toplum yapısının önemli parçası gayrimüslimlerin işgalle birlikte ortaya çıkan yüzleri, savaş ve işgal dönemlerinin vurguncu, çıkarcı çevreleri işlenmiştir.

Ayrıca, Millî Mücadele'yi bizzat yaşayan roman yazarlarının bu dönemde yazdıkları eserler mevcuttur. Örneğin; İzmir'in İşgali, milletimizde derin bir üzüntüye sebep olmuştur, ilgili durum bazı Millî Mücadele romanlarında (*Ateşten Gömlek*) çarpıcı anlatımlarla ele alınmıştır. Toplumu derinden etkilemesinin yanında, İzmir'in işgalinin insanımızda nasıl bir sarsıntı yarattığını, onu nasıl bir duygu batağına soktuğunu *Ateşten Gömlek*'te bütün boyutlarıyla yaşıyoruz (Binyazar, 2003, s. 28). II. dönem romanları; yazarlarının siyasî ve ideolojik özellikleri, antiemperyalist-solcu bakış açısı, Ermeni Meselesi ve Tehciri gibi olayların ele alınışı, dinî inancın yeni bir bakışıyla işlenişi gibi özellikler taşır. II. dönem romanlarının merkezinde, işgalcilere direnen, zulme uğramış Türk insanı vardır. III. dönem romanlarına bakıldığında, 2000'li yılların öne çıkan eserleri, Turgut Özakman'ın *Şu Çılgın Türkler*, *Diriliş*, *Cumhuriyet* romanlarıdır. Belgesel roman özelliği de taşıyan bu eserler, millî bilincin canlı tutulması adına "didaktik bir gayeyle" (Sevinç, 2009) yazılmıştır. Diğer yandan; Millî Mücadele konusunun Türk romanında işlenişiyle ilgili değerlendirmelerde, konunun hakkının verilip verilmemesi gibi durumlara da dikkat çekilmiştir. Örneğin Mehmet H. Doğan'a göre; (1976)

cumhuriyetimizin ilk yarım yüzyılında; romanımız, Millî Mücadele olgusunu bütün boyutlarıyla, noksansız biçimde vermiş sayılamaz. Ancak, 1976'dan sonra da Millî Mücadele'mizi ele alan romanlar yazıldığını düşündüğümüzde, (*Su Çılgın Türkler*, *Diriliş*, *Cumhuriyet* vs.) Mehmet H. Doğan'ın vurguladığı eksikliğin giderilmesi anlamında da işler yapıldığını söyleyebiliriz.

20. yüzyılın sanat-edebiyat dünyasında önemli bir yer edinen Toplumcu Gerçekçilik; Sovyetler Birliği'nin resmî sanat-edebiyat anlayışıdır, kuramıdır. Sovyet Yazarlar Birliği'nin 1934 yılındaki 1. Kongresinde ilkeleri belirtilen bu kuramın kurucuları; sanatçılardan/yazarlardan emekçiden yana, partizan-Bolşevik Parti yandaşı, devrimci romantizmle biçimlenmiş olumlu tip barındıran ve onun işçi-emekçi halk adına eylemlerini ön plana çıkaran, içerikle bütünleşmiş bir biçimle yaratılan eserler beklerler. Toplumcu Gerçekçiliğin ortaya çıkması ve gelişimi; sanat ve edebiyat tarihinde, sınıfsız bir toplumun edebiyatının yaratılması iddiasının kanıtlanma çabalarıyla kendisini göstermiştir (İşler, 2021, s. 55). Bu sanat-edebiyat kuramı, Marksist Estetik temellidir. Marksist Estetik;

"Sanat ve üretim ilişkisini ön plana alan ve üretim ilişkisinin değişimiyle sanatın kendisinin de değişeceğini ifade eden; sanat ve toplumsal sınıf arasında güçlü bir bağ olduğunu savunan; yazarın sınıfsal çıkarları savunmak ve yapıtlarıyla bu sınıfın gereksinimlerine işaret etmek zorunda olduğunu ifade eden ve dolayısıyla devrimci içerik sebebiyle eserin politize olmasının kaçınılmaz olduğunu ortaya koyan; gerçekçiliğin toplumsal yapıyı ele almada en doğru sanat biçimi olduğunu vurgulayan bir yaklaşımdır" (Marcuse, 1997, ss. 15-16).

Toplumcu Gerçekçilik, Marksist estetikle birlikte bilimsel sosyalist dünya görüşünden de beslenir. Böylece; *"Sanatçının ideolojik duruşuna netlik kazandırmasının yanı sıra sanatçıyı, tarihsel olanın altında yatan derin anlamları kavramaya da yönlendirir ve gerçeğin, tarihsel ve somut olana uygun düşecek şekilde yansıtılmasını sağlarken, aynı zamanda sanatçının, halk için kurulacak yeni ve ideal yaşama etkin bir şekilde müdahale etmesinin de yolunu açar ve böylece sosyalist sanat, geleceğe yönelik kurgulamaların da gerçekleştiği bir atölye hüviyeti kazanır"* (Ziss, 1984, ss. 242-243). Toplumcu Gerçekçi sanat-edebiyat anlayışından beklentiler, toplumun Komünizme giden yolda, ortak ideolojide bütünleşmesi ve tarihsel ilerlemenin sürdürülmesine katkı sağlamasıdır. Toplumcu Gerçekçilikte ulusal bilinç konusuna dikkat edildiğinde genel hatlarıyla; sömürücü-emperyalist güçlere karşı verilen ulusal mücadeleye önem verildiği görülür. Bağımsızlığını ve onurunu korumak, yaşamını ve geleceğini uygun gördüğü biçimde kurmak, her ulusun ihlal edilemez, kutsal hakkıdır. Bizi özgürlükten, yaşamın kendisinden yoksun etmek üzere hiçbir şeyden çekinmeyen kana susamış düşmana karşı savaşmanın ne demek olduğunu Sovyet halkı yaşadığı zalim deneyden bilmektedir. "Biz, daima, emperyalist zalimlere karşı, ulusal kurtuluşu için mücadele veren halkın yanındayız" (1983, s. 125) ifadelerini kullanan Mihail Şolohov'dan örnekle, Türk Millî Mücadele'sinin, Toplumcu Gerçekçi Türk romanında önemli bir konu oluşuna işaret edebiliriz.

Ahmet Oktay'a göre (2008, s. 32); Toplumcu Gerçekçilikte, edebiyata, iki ayrı işlev yüklenilir. Bir yerde (kapitalist) muhalif ve yıkıcı, bir başka yerde ise (sosyalist) yandaş ve kurucu bir söylem biçimi uygun görülür. Toplumcu Gerçekçilik, Sovyetler Birliği'nden dünyanın çeşitli bölgelerine genişlemiş bir kuram olarak Türkiye'de de karşılığını bulmuştur, fakat Türkiye'nin kendine has toplum özellikleri, siyasî ve ekonomik durumları, Toplumcu Gerçekçiliğin ülke edebiyatındaki gelişimini doğrudan etkilemiştir. *"Toplumcu Gerçekçilik, Markizm'in edebiyattaki izdüşümü olduğundan, fert için değil, toplum için sanat görüşünü benimser ve bu çerçevede emeğiyle geçinen değişik toplum katmanlarının duygu, düşünce, beklenti ve hayallerine tercüman olup emekçi kitleyi komünist rejimin kurulması için yönlendirmeye çalışır"* (Çetin, 2004). Rusya'da sosyalist devrimin gerçekleştirilmesinde, emekçi kitlenin şehirlerde güçlenmesinin rolü vardır. Rus sanayisinin ana vasfı, yüksek derecede merkezîleşmiş olmasından (Liebmann, 2017, s. 329) kaynaklanmıştır. Türkiye için aynı dönemde aynı veya benzer olaylar yaşanmamıştır. Türkiye'nin kapitalistleşmesi, gerçi Türkiye'nin diyakronisini, yani tarihin akışını değiştirmiştir. Ama ortaya çıkan değişim, Türkiye'nin kendi dinamiğinden oluşan bir değişim değildir (Belge, 1975). Toplumcu Gerçekçi yazarlarımız, kapitalistleşmeyi hızlandırmak isteyen, işçi sınıfının tam anlamıyla oluşup olgunlaşmadığı, sosyalist bir partinin yönetiminde olmayan bir toplumda ve yeni bir devlette eserlerini vermeye başlamıştır. İlerleyen dönemde de Türkiye'de bir sosyalist, komünist partinin iktidarı ve buna yönelik gelişimler gözükmemiştir. Ancak, Türkiye Cumhuriyeti ile Sovyetler Birliği arasında, ilgili dönemde politika benzerlikleri de (sanayileşmek, kentleşmek, halka yönelmek, halkın eğitimi, eğitimde fırsat eşitliği vb.) vardır. Toplumcu Gerçekçi Türk Romanı; ilgili farklılıkların, benzerliklerin, etkilenmelerin açıkça görüldüğü pek çok örnek barındırmaktadır. Fakir Baykurt, Yaşar Kemal, Sabahattin Ali, Talip Apaydın, Orhan Kemal, Kemal Bilbaşar, İlhan Tarus, Kemal Tahir, Refik Erduran, Cevdet Kudret Solok, Reşat Enis Aygen, Sadri Ertem vb. yazarların romanları bu anlamda öne çıkmıştır. Bu yazarlar arasında, çalışmamız için eserlerini seçtiğimiz isimler; İstanbul ve Anadolu'nun Millî Mücadele dönemindeki toplumsal durumuna, ekonomik etkiler ve değişimler

merkezinden de bakmaya çabalamışlardır. Edebiyat dünyasına şiirle giren, Yedi Meşale topluluğunun kurucularından olan ve sonrasında oyun, roman, edebiyat tarihi eserleri veren Cevdet Kudret Solok; otobiyografik özellikler taşıyan romanı *Sınıf Arkadaşları*'nda, savaş ve savaştan kaynaklı yoksulluğa dikkat çekmiştir. Bu yoksulluğu bir şehirli aydın gözüyle gösterirken, Marksist Ekonomik Politik bakımından yorumlanabilecek tüketim alışkanlıklarının ve değişen ekonomik koşulların toplumsal gerçekliğe etkilerini vurgulamıştır. Roman anlayışında, tarih-toplum konularını bir romancı olarak, romanda kullanmak için (Yazoğlu, 2004, s. 53) ele alan Kemal Tahir; *Esir Şehrin İnsanları*'nda, ülkesinin işgalle birlikte değişen durumuyla yüzleşen aristokrat bir aydının, ortaya çıkan vatanseverliğini ve ulusal bilincini işler. Burada da değişen toplumsal ve ekonomik koşullar, emperyalizmi besleyen kapitalizmin sembolü işgal kuvvetleriyle ve onun tarafını tutan vurguncu zenginlerle somutlaşır. Muhabirlik ve gazetecilik deneyimlerinin izlerini romanlarına yansıtan Reşat Enis Aygen ise toplumsal gerçeklikleri açıkça ve sert eleştirellikle verir. Eserlerinin en belirgin ortak özelliğini; eleştirel/gözlemci/gerçekçi bir tarzda ele alınan toplumsal çarpıklıklar (Sarıçiçek, 1995, s. 354) oluşturur. Aygen'in *Despot*'unda; Anadolu'nun emekçi insanlarının, Millî Mücadele'ye gönüllü katılımları ve kazanılacak zaferle birlikte yeni toplumda, yeni devlette eşitlikçi, özgür, huzurlu insanların var olacağına dair inanca dikkat çekilir.

Sınıf Arkadaşları'nda Birinci Dünya Savaşı ve Mütareke İstanbul'u

Cevdet Kudret Solok'un *Sınıf Arkadaşları* romanı, Millî Mücadele romanlarının I. dönemine denk gelen 1943'te yazılmıştır. Solok; otobiyografik özellikli *Süleyman'ın Dünyası* adlı roman dizisinin ilk romanı olan bu eserinde, başkişi Süleyman'ın yaşam öyküsünden hareket eder. 1910'lu yıllardan başlayıp 1930'lu yılların sonuna kadarki dönem içerisinde, İstanbul'un toplum-kent panoramasını gösterir. *Sınıf Arkadaşları*'nın olay örgüsünde; 1914-1923 yılları arasında, milletçe yaşadığımız tarihsel olaylar geniş yer kaplar. Elimizdeki baskısı 59 küçük bölümden oluşturulan eserin, 6. bölümünden 53. bölümüne kadar, Birinci Dünya Savaşı ile Millî Mücadele'nin toplumsal etkileri işlenir. Ana izleği yoksulluk olan ve yoksulluğu büyüten sömürü ve yozlaşmanın çok sayıda görüntüsü barındıran *Sınıf Arkadaşları*'nda, savaş ve işgal yıllarının İstanbul'u, yoksul çoğunlukla varsıl azınlığın ilişkilerine ışık tutar. Millî Mücadele, bu ilişkilerin değiştirici ve dönüştürücü konularındandır. Birinci Dünya Savaşı yıllarındaki yoksulluk ve zorlu koşullar, Millî Mücadele döneminde yaşanacak zorlukların ipuçlarını verir. Erkeklerin cephede oluşları, ailelerin reissiz kalışları, temel besin kaynaklarını elde etmenin zorlaşması vb. durumlar, İstanbul'un yoksul çoğunluğuna birer yük olarak biner. Öte yandan, karaborsacılar, istedikleri ürünlere ulaşıp mallarını, paralarını çoğaltırlar. *" – Hep satarmış. Hem de on katına, yüz katına…"* (Solok, 1976, s. 119). Savaş, afet zamanlarının ortaya çıkardığı olumsuzluklardan biri olan karaborsacılık, toplum ekonomisine zarar vererek toplumsal eşitsizliği de arttırır.

Birinci Dünya Savaşı bittikten sonra Süleyman'ın ailesi başta olmak üzere çoğu ailenin yoksulluğu devam eder. Ancak Mondros Ateşkes Antlaşması'yla birlikte İtilaf Devletleri askerlerinin İstanbul'a girişleri, donanmalarının toplarını kente çevirişleri, toplumsal yaşamda yeni bir dönemi başlatır. Savaşın oluşturduğu fırsatlardan yararlanan vurguncu tüccarlar, paralarının gücünü sınamaya hazırlanırlar. İşgal, toplumsal açıdan iki kutbu keskinleştirmiştir. Bir kutupta; işgalciler, onların işbirlikçileri, eski zenginliklerini kazanmak amacıyla ve çıkarlarını korumak amacıyla işgalcilere yaranmaya çalışanlar vardır. Büyük savaşın vurgunculuk yaparak zenginleşenleri de bu kutupta yer alır. Para ve sermaye, bu kişilerin ellerindedir. Diğer kutupta; İstanbul'un asıl sahibi sayılan, alın teriyle ve emeğiyle ekmeğini kazanmaya çalışıp geçim mücadelesi veren yoksul çoğunluk vardır. Eserin toplumcu gerçekçi yönü bu andan itibaren emperyalist-antiemperyalist kutupları hissettirir. *"Bütün bu insanların birbirleriyle, ayrıca işgal kuvvetleriyle ilişkisi, şehrin içinde azgın bir sefahat hayatı yaratıyordu. Beyoğlu, gece sabahlara kadar bir ışık denizi içinde yüzüyordu; sanki donanma vardı. İstanbul'un asıl sahipleri ise beride, evlerine kapanmış, lambalarını kısmış, seslerini kesmiş, korku ve şaşkınlık içinde bekliyordular…"* (Solok, 1976, s. 248).

Beyoğlu'yla özdeşleşen sefahat hayatı, Batı kapitalizmi kaynaklı bazı popüler kültür özelliklerini taşır. Tanzimat'tan o güne; Müslüman olmayan azınlığın yaşadığı Beyoğlu ve çevresinde gittikçe sivrilen Batılı yaşam tarzı, İstanbul toplumundaki etkilerini büyütür. İşgalle ortaya çıkan yeni durumda eğlence tüketiminin artışı, emperyalist kutuptaki karakter grubuyla sembolleşir. Özel toplantılarda yenilir, içilir, çıkar işleri yapılır.

"Beyoğlu yakasında hemen her gece böyle bir toplantı olurdu. Ev sahibi, eşini dostunu karı ve kızlarıyla birlikte çağırır, sabahlara kadar yenilir, içilir, şarkı söylenir, Avrupalı misafirler Türk hanımlarına sarılır, dans edilirdi. Resmî çıkarlar elde etmek isteyenlere karşı her zaman sert ve hasis davranan bu subaylar, birtakım özel çıkarlar koparmak için

etraflarında dönen bu şık kadın ve erkeklere karşı ise ne kadar yumuşak ve cömerttiler. Kenan'ın babası işte böyle bir toplantıda Osmanlı müdür muavinliğini ele geçirmişti" (Solok, 1976, s. 274).

Köşklerdeki, yalılardaki özel davetlerin, toplantıların yanı sıra bar eğlenceleri, popüler kültürün kitlesel yönünde yozlaşmaya dayalı alışkanlıklarını arttırır. Romanın Kasım Efendi karakteri, eski bir Mevlevî tekkesini bara çevirtmiştir.

"Burası otel olarak kullanıldığı zaman "exotique" zevki okşar diye, bunlar kaldırılmamış; tekke, bar haline getirildiği zaman da bunlar yine bir süs olarak duvarlarda bırakılmış; yalnız, Kasım Efendi bunların aralarına ya da altlarına birkaç resim asmıştı: "Yâ Hazret-i Mevlânâ" yazısının altında bir dansöz resmi vardı: Raks ederken bir çadır gibi açılan eteklerinin altından bacakları görülüyordu; "Men sabere zafer" levhasının altında ise, çıplak omzunun üstünden gözlerini süzen bir kadın resmi, "Gel de sabret" demek ister gibi duruyordu. Eski semâ'-hane şimdi dans salonu olmuştu" (Solok, 1976, s. 317).

Parayı, sermayeyi elinde bulunduranların bir bölümü, eğlence kültürü merkezinden bir meta ticaretiyle, popüler kültürün kitlesel yönünü sivriltirler. Popüler kültür, satın alınan, ticari değere sahip bir maldır. Popüler kültür, bitmiş ve paketlenmiş bir malı tüketme düzeyinde tüketici kitlelerin bir malıdır (Erdoğan ve Alemdar, 2011, ss. 40-50). İstanbul'un asıl sahibi sayılan yoksul çoğunluğun kültürü olan halk kültürüyse; herhangi bir meta gibi alınıp satılmaz. *"Beyoğlu'nda hayat neşeli, burada namusludur. İnsanlar sabahları kokulu frenk sabunu değil, kokusuz beyaz sabun kullanırlar, lakin elleri daha temizdir. Lavanta çiçeği kokan beyaz bürümcüklerinin kollarını sıvayarak musluk başında soğuk su ile gıcır gıcır yıkanan genç kızların vücuduna hiçbir yabancı el değmemiştir. Yamalı giymek ayıp sayılmaz ama kirli gezmek ayıptır."* (Solok, 1976, s. 279). Yazarın; İstanbul'un iç kısımlarını, yani asıl İstanbul'u anlattığı bu bölüme Uygarlığa Kapanan Kapılar adıyla başlaması, emperyalizmin kapitalist temel içerisinden yayılıp ulaştığı her yerde mutlak egemenliğini sağlama çabalarına işaret eder. Burada ayrıca, yerel-ulusal ögelerin etkisizleştirilmesi amacıyla kullanılan popüler kültür özelliklerinin, bir uygarlık göstergesi gibi gösterilişine dair ironi ve protesto mevcuttur. Beyoğlu ile İstanbul'un iç semtleri arasındaki fark, Marksist ekonomi politikte özellikleri verilen kapitalizmin, Türkiye'de tavandan tabana doğru inmesiyle ilgilidir. Kapitalizm, Türkiye'ye dışarıdan gelmiştir ve eklemlenmeye çalışılmıştır. Ülkemizde Millî Mücadele yıllarında, bugünkü gibi bir kapitalist gelişme yaşanmamıştır. Zanaatkârlık ve parça başı üretimle manüfaktür tarzı üretim öne çıkmıştır. Osmanlı'da üretimin küçük bir bölümü ise yanlarında işçi çalıştıran fabrikalarda yapılmaktadır (Ökçün, 1970, ss. 20-21). İşgal yıllarının İstanbul sermayedarları; daha çok ticarete dayalı, bir kısmı manüfaktür üretimi ve fabrika üretimlerinden gelen kazancı eğlenceye ve gayriahlaki ilişkilerle sivriltilen popüler kültür merkezinde kendilerini gösterirler. Padişahın ve hükümetin acizliğini gören vatanseverlerse ülkenin kurtuluşu için şehirlerini terk edip Anadolu'ya geçmişler ve Millî Mücadele'ye katılmışlardır. Bir yanda, emperyalist temelli kapitalizme, işgalcilere hizmet edenler vardır. Diğer yanda; emperyalizme karşı da bir mücadele olan Millî Mücadele'ye katılanlar, çoğunlukla yoksul, emekçi ve yurtsever insanlar, yani İstanbul'un asıl sahipleri vardır. Millî Mücadele'nin zaferle sonuçlanması ve işgalci askerlerin 6 Ekim 1923'te İstanbul'dan tamamen ayrılmalarına en çok İstanbul'un asıl sahipleri sevinmişlerdir. İşgal güçlerine çıkar temelli yanaşanlarsa, yeni dönemde yine kendi çıkarları için uğraşmaya devam ederler.

Esir Şehrin İnsanları'nda Karanlık ve Aydınlık Yüzleriyle İstanbul

Esir Şehrin İnsanları (1956); Kemal Tahir'in, ana mekân olarak İstanbul'u kullandığı; başkişi-mekân ilişkisini yoğunlukla hissettirdiği ve Millî Mücadele romanlarının II. dönemine denk gelen eseridir. Roman, 1918 sonundan 1921'e, işgal altındaki İstanbul'un panoraması gibidir. Avrupa'da Birinci Dünya Savaşı sırasında elçilikte çalışan bir seçkinin, eşi ve kızıyla birlikte, savaş bittikten sonra İstanbul'a dönüşlerini ve yenilgiyle, işgalle, değişen koşullarla yüzleşmesini ele alır. İncelediğimiz baskısı (2019), üç ana bölümden oluşur. Birinci ana bölümün adı, "Esir İstanbul"dur, yedi küçük bölümden oluşturulmuştur. İkinci ana bölümün adı, "Bulanık Su"dur, üç küçük bölümden oluşturulmuştur. Üçüncü ana bölümün adı, "Kâmil Bey"dir, bu ana bölümün içinde de yedi küçük bölüm yer alır. Romanın başkişisi Kâmil Bey, seçkin bir aileye mensup bir paşa oğludur. İyi bir eğitim almıştır. Eşi Nermin Hanım'la İspanya'ya gittiği günlerde, İstanbul'a savaş sebebiyle dönemeyince Madrid Büyükelçiliğinde görev yapar. Kâmil Bey ve ailesi, İstanbul'a ancak Birinci Dünya Savaşı sona erince dönebilir. Kâmil Bey, İstanbul'a yaklaşırken çevreyi dürbünle izler.

"Dürbünün içindeki denizle gökyüzü koyu kurşuni; adalar, Kayışdağı'na kadar Kadıköy, beride İstanbul, kirli bir camdan bakılıyor gibi silikti. Küçük Ayasofya'dan Etyemez'e kadar bütün mahalleleri yangınlar silip süpürmüş, yanmayan ahşap ev yığınlarını da uzun savaş yılları, onarımsızlıktan kağşatıp çökertmişti. Büyük camilerin kubbeleriyle minareleri

bile sanki artık kâgir katılıklarını taşımıyor, pamuk balyası yığınları gibi insana yumuşaklık duygusu veriyorlardı" (Tahir, 2019, s. 21).

İstanbul, eski görkemini kaybetmiştir. Yangınlar, büyük savaşın yarattığı sorunlar, eskilik, kenti kaplamıştır. Kubbeler, minareler, yıpranmışlığa yenik düşmüş, çökmüş gibidir. Aile, döndüklerinde, İstanbul'un değiştiğini çok zaman geçmeden anlayacaktır. Romanın ilk sayfalarında, Bolşeviklikle ilgili söylemler de mevcuttur. Geminin süvarisi, çalışanlar arasında eşitlik düşüncesini inandırıcı bulmaz. Türkiye'de sosyalistlerin olmayışına da inanmaz. Mustafa Kemal Paşa'yı, bir Bolşevik olarak nitelendirir. *""Geçenlerde okudum, iyi hatırlıyorum. Bolşevik olmak istiyormuş sizde birtakım adamlar…" İkinciye döndü: "O paşanın, adı neydi? (…) "Kemal Paşa olmasın! Mustafa Kemal Paşa?.." "Tamam!" Kaptan sevindi. "Bulduk. Kemal Paşa…" "Bolşevik miymiş Kemal Paşa?" "Elbette Bolşevik… Savaştan yana olur mu Bolşevik olmasa?""* (Tahir, 2019, s. 12). Toplumcu Gerçekçi sanat-edebiyat anlayışının ilkelerini doğrudan belirlemiş Bolşevikler, Ekim Devrimi (1917) sonrasında Çarlık yönetiminin sona erdiği Rusya'da, Çarlık yanlılarıyla bir iç savaşa girmiştir (1918-1922). İtilaf Devletleri de Çarlık yanlılarını desteklemiştir. Türkiye'de aynı dönemde, Mustafa Kemal Paşa önderliğinde İtilaf Devletleri'ne karşı Millî Mücadele verilmiştir. İki tarafın da emperyalistlere karşı mücadeleleri, konunun derinliğini bilmeyen yabancılarda, Mustafa Kemal Paşa'nın bir Bolşevik olduğu algısını yaratmıştır.

3 Kasım 1918'de İtilaf kuvvetlerinin İstanbul'a çıkışı, biten birinci büyük savaşın Türk halkında yaşattığı kırılmanın simgelerindendir. Fatih Sultan Mehmet'in Türk milletine en büyük mirası olan İstanbul'da, düşman askerleri gezmektedir. Birinci Dünya Savaşı'nda kahramanca savaşan Türk subayları, vatanlarının masa başında verilen kararlara göre işgal edilmesini ve Türk halkının kötü muameleye maruz bırakılmasını, onurlarına yediremeyip intihar ederler. İşgal edilmenin kötü psikolojisinin ortaya çıkardığı intiharlar, o dönem esir İstanbul'unun önemli bir toplumsal gerçeğidir. Büyük bir imparatorluğun çöküşü, hiçbir şekilde hazmedilemez. *Esir Şehrin İnsanları*'nın yazarı Kemal Tahir; Milli Mücadele dönemine, insanlık tarihinde çok önemli bir olay olarak kabul ettiği Osmanlı'nın yıkılması sebebiyle ayrıca bir önem vermekte, bu yıkılışın niçin, nasıl, hangi gerekçelerle, hangi vasıtalarla ve kimin yararına olacak şekilde gerçekleştiğini irdelemektedir (Coşkun, 2006, s. 440). Osmanlı Devleti'nin geçmişinden gelen kudreti; özellikle padişahlara, paşalara, vezirlere, bürokratlara, devletin uzun süre boyunca yıkılmayacağı algısını -bir şekilde- hissettirmiştir. Ancak devletin yıkılmış olduğu gerçeği, İstanbul'un işgal edilmesiyle trajik bir biçimde, bürokrasinin ve halkın karşındadır. Kâmil Bey'in İstanbul için zihninde canlandırdığı resim, yenilgiyi ve işgali hazmedemeyen askerlerin intiharlarını tasdik edercesine çizilir: *"İstanbul, pencereden göründüğü kadarıyla, ağır yaralar alarak yere serilmiş bir erkek gövdesine benziyor; gezgin satıcıların, akşam alacasının derinliklerinde, yükselip alçalan anlaşılmaz sesleriyle sanki inliyordu"* (Tahir, 2019, s. 34). Kentin erkeğe benzetilişi, yenilgi kavramının etkisini vurgulamakta da kullanılmıştır. Şehre yüklenen cinsiyetin erkek olması şaşırtıcıdır. Yazar, genellikle dişi bir mekân olan şehri, savaşta yenilen millet dolayısıyla erkeksi bir sembole dönüştürmüştür. Bu yıkılış şehri de maziyi de yok etmektedir (Örgen, 2011). İstanbul bu noktada, aynı zamanda karmaşık bir kenttir. Yenilginin utancını yaşayanlar bir yanda, kendi çıkarını ve sefahatini düşünenler diğer yandadır. Yozlaşma ön plandadır. "Son zamanlarda polis kendilerini satan 113 kız çocuğunu yangın yerlerinden toplamıştır" (Tahir, 2019, s. 27). Uzun savaş yıllarının getirdiği olumsuzluklar, kent yaşamındaki sorunlar, İstanbul'u bir kötülük mekânına çevirmiştir. Fuhuş arttıkça, fuhuşla ilgili ilaç tüketimi de artmıştır. *"Frengi ve belsoğukluğuna yakalanmamak için daima Prifilaksa… (…) Fiyatı 100 kuruş"* (Tahir, 2019, s. 28). İşgalin utancı, yoksulluk, yozlaşma, yıpranmışlık, İstanbul'a birer lânet parçası gibi eklemlenmiştir. Emperyalist işgalcilerin körüklediği kapitalist tüketim alışkanlıkları, sefahati arttırıcı, direnişi zayıflatıcı etkilerin yayılmasında kullanılır.

"Hoş bir gece geçirmek ister misiniz? Beyoğlu Dörtyol'da Gülistan Birahanesine geliniz. Genel sıhhat açısından içkilerin helal ve tasdikli olanını bulundurmaktayız. Akşam saat beşte başlayarak gece yarısına kadar ünlü Kemancı İhsan, ünlü Kemençeci Sotiri ve Kanuni Mustafa, Udi Hasan, Udi Marko ve klarnet Seyfi, okuyucu Muhittin ve Sıtkı Beyler ve Şamram Hanım çalıp söyleyerek müşterileri memnun edeceklerdir" (Tahir, 2019, s. 32).

İslam inancında ve kültüründe haram sayılan içkinin, helalleştirilmesi, kapitalist tüketim alışkanlıklarının yerel-ulusal özellikleri tahrip edici yönlerine bir örnektir. 16 Mart 1920'den itibaren şehir, tam anlamıyla, *Esir Şehrin İnsanları*'nın kenti olur. İşgalin yaydığı olumsuz hava, aydınları da etkiler. *"Millete güvenmeyi hiçbir zaman denememiş, henüz bir milletin varlığından haberleri olmamış bütün aydınlar gibi, her biri kendilerini teker teker vuruşup teker teker yenilmiş sayıyor, bir daha kalkarak yeniden başlamaya cesaret bulamıyordu"* (Tahir, 2019, s. 172). Yaşanmaya devam eden olumsuzluklar, uzun sürelerden beri görülen yenilgiler, İstanbul halkının bir kısmında olduğu gibi aydınlarda da yılgınlık, çaresizlik, tükenmişlik duygularının yoğunca yaşanmasına sebep olmuştur. İşgal ve Millî Mücadele, Türk halkı arasında bir ikilik yaratmıştır:

İşgalcilere hoş görünenler, onlarla işbirliği yapanlar bir taraftadır; vatanı kurtarmak için savaşmaya devam edenler bir taraftadır. Halkın ikiye bölünüşü, toplumsal gerginliği canlı tutar. Gammazlama, Anadolu'ya kaçışlar, çıkarcıların vatanseverlere verdikleri zararlar; ikiye bölünmüşlüğün türlü eylemleridir. İkiye bölünmüşlük ve gerginliğin arasında, Millî Mücadele'nin önderi Mustafa Kemal Paşa'nın adı sıkça duyulmaya başlanır.

"Kamil Bey onları dinlerken anladı ki, Mustafa Kemal Paşa'yla Ankara artık bir insan, bir kasaba adı olmaktan çıkmış… Anadolu'ya kaçanları Mecidiyeköy'ünde kadar geçirip orada Kuvayı Milliye çetesine teslim ettiğini öğrendiği Manav Ali Ağa artık bir işlemeli poturdan, bir abani sarıktan ibaret İstanbul esnafı değil… Bu kaba saba suratın altında galiba övünmeye asla tenezzül etmeyecek bir kahraman gizli" (Tahir, 2019, s. 99).

Bütün olumsuzluklara karşın, vatanın kurtuluşu için mücadele eden insanlar, etrafı çöküntü psikolojisiyle sarsılan topluma moral verirler. İstanbul bu yönüyle, aydınlığı ve umudu da taşır. Türk milleti, üzerine düşeni yine yapacaktır. *"Bu seferki harekete millet kendi damgasını ister istemez vuracak… Hem de öylesine kuvvetle vuracak ki, bu isteklere göz yummak kimsenin haddi olmayacak…"* (Tahir, 2019, s. 175). İlgili sözler, Mustafa Kemal Paşa'nın önderliğiyle kurulacak yeni devletin habercisi gibidir.

Despot'ta Anadolu ve Millî Mücadele

Anadolu, Millî Mücadele konulu Türk romanlarında baş mekânlardan biridir. Anadolu'nun önemi, Millî Mücadele'nin başlatıldığı ve devam ettirildiği bölge olmasından kaynaklanır. İstanbul'da işgalcilere karşı etkili direnişte bulunamayacaklarını anlayan vatanseverler de çeşitli yollardan Anadolu'ya geçip bu mücadeleye fiilen katılmıştır. Reşat Enis Aygen'in *Despot* adlı romanı ilk kez 1957'de yayınlanmıştır. Eser bu bakımdan, Millî Mücadele konulu romanların II. dönemine (1950-1980) denk gelir. *Despot*, antiemperyalist ve sol bir söylemde Türk yurdunun ve ulusunun bağımsızlığı, toprak bütünlüğü ve egemenliği, Anadolu insanını ezen ağa sınıfı ve destekçilerinin güçlerinin, etkinliklerinin yok edilmesi vb. konuların işlendiği bir romandır. Romanın başkişisi Fikret, II. Meşrutiyet döneminde İstanbul'da doğmuştur, babasının Birinci Dünya Savaşı'nda cepheye gitmesinden sonra ailesiyle birlikte, asıl memleketleri Eskişehir'deki köylerine giderler ve burada büyük amcaları Davut Ağa'nın yanına yerleşirler.

Fikret'in babası Birinci Dünya Savaşı'nda önce gazi sonra şehit olur. Fikret ve ailesi, büyük amca Davut Ağa'nın çiftliğinde, tarlalarında çalışır. Davut Ağa, kendi öz yeğenini ve yengesini, akrabalarını köle gibi çalıştırır, onlara zulmeder. Davut Ağa'nın zulmü, Birinci Dünya Savaşı yıllarında aileden köy halkına genişler. Despot namıyla tanınan Davut Ağa, kendi gibi mütegallibelerin sembolüdür, adına taşlama yazılmıştır.

"Bu "taşlama"da Davut Ağa için neler neler söylenmiyordu! O bir asker kaçağı idi. Soysuz, vatansız bir insandı. Türlü hile yolu ile yetimlerin toprağını kapatıp çiftlikler kurmuştu. O, sırasına göre bir dilim ekmeğe karşı bir dönüm toprak koparmıştı. Irgatını döverek, söverek çalıştırır; sonunda da emeğini ödememek için bir hırsızlık lekesi sürüp jandarmaya teslim ederdi. O, yağ, peynir, bal, sırasına göre para hediyeleriyle jandarma kumandanını bile adamları arasına sokmuştu. Kaza kaymakamı, müddeiumumî, hâkim her hadisede, her davada onun tarafını tutuyordu" (Aygen, 1957, s. 81).

Davut Ağa'nın genel-büyük savaşında Fikret'e ve köylüye, ırgatlara yaptığı zulümler, işgal döneminde yapacaklarının ön gösterimi gibidir. Davut Ağa'nın şikâyetiyle padişaha isyan suçundan tutuklanan Fikret, büyükannesi ve bazı köylüler jandarmalarca vilayete götürülürken Kuvayımilliye güçlerine rastlarlar. *"– Emir veren kim? – Kaymakam. – Suçları neymiş? – İsyan! Padişaha karşı isyan çıkarmak! Kalpaklı asker, buz tutan bıyıklarını avuçlarıyla yumuşattı: - Padişah madişah yok gayri, dedi; kaymakam falan da yok… (…) – Düşmandan haberiniz yok, dedi; Padişah, milleti, memleketi sattı… Yunan, zincirlemek istiyor topumuzu birden… Biz birbirimizi zincirliyoruz… Nasıl iş bu!"* (Aygen, 1957, s. 88). Kalpaklı Kuvayımilliye komutanının çağırısından sonra, Fikret ve yanındakiler serbest bırakılırlar, Kuvayımilliye yanlısı olurlar. Yunan orduları 1919'da İzmir ve çevresini işgal ettikten sonra 1920-1921 yıllarında Anadolu içlerine ilerlemişlerdir. Fikret'in köyü de Yunan ordusu tarafından işgal edilir. Davut Ağa'nın yıkıcı eylemleri, düşman işgaliyle birlikte artar. Despot Davut Ağa, düşmanla iş birliği yapar. Fikret'in ailesi ve diğer vatanseverleri onlara ihbar eder.

"Eşyayı kaldırıp kapıyı açtılar. En önde Davut Ağa, birkaç düşman askeri girdi içeriye… Despot, akrep bıyıklı düşman zabitine onları gösterdi: - "Kemal"cidir bunlar!, dedi; Kuvayımilliyecilere yardım ederler. Fikret "Kuvayımilliye"nin ne olduğunu bilmiyordu ama Mustafa Kemal ona yabancı değildi. Günlerdir ağızlarda dolaşan onun adıydı. (…) Düşman, bütün "Kemal"cileri köy meydanında toplamıştı. Despot ve onun gibi ağalardan gayri, yedisinden yetmişine, köy halkı "Kemal"çiydi zaten…" (Aygen, 1957, ss. 92-93).

Burada dikkat çeken durum, Millî Mücadele'nin ilk döneminde, düzenli ordu kurulmadan önce vatansever köylülerin Kuvayımilliye güçlerine yardım edişleridir ve Mustafa Kemal Paşa'nın mücadele önderliğinden haberdar olmalarıdır. Davut Ağa ve onun gibi ağaların kendi çıkarları için işgalcilere destek oluşlarını gören köylüler, vatan için mücadele eden Mustafa Kemal Paşa ve millî güçlerin destekçisi olmuşlardır. Burada; *Yaban* romanında gördüğümüz, Millî Mücadele'ye ve düşman işgaline kayıtsız gözüken Anadolu köylüsünün tersine, tarafını belli eden ve vatan için elinden geleni yapmaya çalışan köylü vardır. Köylü, *Despot*'taki örnekte, tüm baskıya ve işkenceye karşın Millî Mücadele yanlısı olur. Reşat Enis Aygen bu romanında; Millî Mücadele'nin zaferle sonuçlanmasının, yurt topraklarında insanca yaşamayı beraberinde getireceğini, roman karakterlerinin ağzından söyletmiştir.

"Milis kuvvetlerinin kumandanı, genç bir ihtiyat zabiti… Onun etrafında, bir kaya dibinde halkalandılar. (…) Ne içli ne derin ne imanlı bir konuşması var! – Gelin kardeşler gelin birlik olalım, diye Kırkkız dağını andıran gökyüzüne gözlerini dikiyor; hür yaşamak, esir olmamak için birleşmişiz, birleşeceğiz de… Her gün artıyoruz… Bir çığ gibi büyüyoruz her gün… Şu toprakları, şu memleketi düşmandan bir temizleyelim gerisi kolay… İşte o zaman insanca yaşayacağız bu topraklar üzerinde… Deli Hacı, derin derin içine çekti kekik kokulu Karakaya'nın havasını! – İnsanca yaşamak, insanca çalışmak! Dedi" (Aygen, 1957, s. 96).

İnsanca yaşamak ve çalışmak, emekçi halkın vurgulanan eylemidir. Millî Mücadele, böyle bir amaç için de verilen mücadeledir. Milis kuvvetlerinin komutanının örnek gösterdiği vatanseverler, birer emekçidir. *" – Şunlar Çukurova ırgatları, şu Tahtacılar, şu yanda obalananlar Erzurum dadaşları… Tornacı Yusuf, tesviyeci Kenan, İstanbul çocukları… Görüyorsunuz, bütün memleket burada, bir tek yürek halinde çarpıyor. (…) – Memleketimin göğü, memleketimin toprağı… Bu verimli, bereketli topraklar için dövüşülmez de ne için dövüşülür dostlarım!"* (Aygen, 1976, s. 97). Reşat Enis Aygen, emekçi köylünün, halkın, Kurtuluş Savaşı'nın asıl güçlerinden biri olduğunu anlatır. Bu tutum, *Toz Duman İçinde*, *Vatan Dediler*, *Köylüler* roman üçlemesinde de daha belirgince görülür. Emekçi halkın, savaşa gerçek gücünü katmış insanımızın savunusu vardır bu romanlarda (Binyazar, 1976). Millî Mücadele, emperyalistlere ve onların yanındaki sömürücülere (mültezim, ağa vb.) karşı halkın savaşı olarak anlaşılır. Savaşın kazanılmasından sonra yeni bir devlet kurulacak, yeni bir düzen gelecektir. Kimsenin kimseyi sömürmediği, herkesin kendisi için çalıştığı bir düzende (Özdemir, 2003, s. 42) kurulacak bu devlet, insanca çalışmak ve yaşamak eylemlerinin mekânı olacaktır. Sömürünün olmadığı, ağa-mütegallibe baskısının yaşanmadığı, insanca çalışılacak bir devlet tasarısı, toplumcu gerçekçi anlayışla bağdaşabilen bazı özelliklere sahip bir tasarıdır. *Despot*'un olay örgüsünün devamında, köy ve tüm yurt düşman işgalinden kurtarılır. Ancak Davut Ağa millî güçleri kandırarak kendisini bir vatansever olarak gösterir ve İstiklâl Madalyası'na sahip olur. Millî Mücadele'nin asıl kahramanlarıysa iftiralar sonucu, dönem içinde bazı cezalar çekerler. Bu bakımdan; *Yeşil Gece* romanındaki başkişi Şahin Efendi, *Toz Duman İçinde*, *Vatan Dediler*, *Köylüler* roman üçlemesinin başkişisi Molla Mahmut ve onun arkadaşı Haceli'yle bir yazgı ortaklığı yaşarlar.

Sonuç

Türk romanı ilk örneklerinden itibaren, toplumumuzu merkeze alma özelliğini güçlü bir şekilde korumuştur. Aydınların, yazarların düşünsel, siyasal vb. görüşleri ise kendilerinin toplumu ele alış biçimlerine ve eserlerine yansımıştır. Roman türünün geneli açısından; konu, üslup, dönem, yazılan dönem vb. ögeleri de farklı roman türlerinin ortaya çıkışında etkili olmuştur. Köy romanı, psikolojik roman, tarihî roman, tezli roman, Toplumcu Gerçekçi roman, postmodern roman gibi türler, ilgili yansımaların somut örneklerini içerir. Diğer yandan, aynı roman türü içerisinde eser veren yazarların eserleri arasında da benzerlikler ve farklılıklar mevcuttur. *Sınıf Arkadaşları*, *Esir Şehrin İnsanları*, *Despot* romanları; Toplumcu Gerçekçi Türk Edebiyatı'nın 1930-1960 döneminde yazılmış eserlerdir. Çalışmamız için bu eserleri seçmemizin sebepleri şunlardır: Birincisi; her birinin olay örgüsünde Birinci Dünya Savaşı ve Millî Mücadele yıllarımızı içeren olaylara, toplumsal etkilere, değişimlere yer verilmektedir. İkincisi; bu romanlarda gösterilmiş toplumsal ilişkilerde, ekonomik duruma her fırsatta değinilmesidir. Üçüncüsü; kapitalizm temelli bir anlayışın sonucu olarak, emperyalist yayılımın işgalle birlikte yarattığı etkiler ve toplumun buna karşı aldığı pozisyonların, çeşitli betimlemelerle verilmesidir. Cevdet Kudret Solok'un *Sınıf Arkadaşları* romanında, işgalin ve Millî Mücadele'nin ilk yıllarının İstanbul'u; -ilgili konulu diğer romanlarda da görülebileceği üzere- zengin ve yozlaşmış azınlığın yer aldığı Beyoğlu ile İstanbul'un asıl sahipleri sayıldığı yoksul-emekçi insanların çoğunluk olduğu iç semtler çerçevesinde betimlenmiştir. Toplumcu Gerçekçi Türk Romanı'nın yazarlarından olan Cevdet Kudret Solok, okura; dönem İstanbul'undaki işgalcileri ve yandaşlarını, Marksist ekonomik politik anlayışla yorumlanan popüler kültür özelliklerinin taşıyıcıları olarak düşündürür.

Benzer durumun bazı örneklerine, Kemal Tahir'in ilgili romanında da rastlanılır. Vurguncu tüccarlar, zengin azınlıklar, eski zenginliklerini kazanmak çıkarcı soylu aileler ve bunların hepsine hizmet edenler arasında dönen para ve sermaye, çıkar işleri ve eğlence ekonomisinin artışına sebep olurlar. Fuhuş, dans merakı, bar sayısının artışları; yozlaşmanın birer göstergesi olarak hissettirilir. Bunun karşısındaysa geleneksel kültürü-halk kültürünü yaşatan vatansever halk vardır ve bu halkın ön planda gösterilen kişileri, alın teri dökerek geçimlerini sağlayan yurttaşlardır. İki roman arasındaki önemli farklar da vardır. *Sınıf Arkadaşları* romanının başkişisi, halktan bir karakterdir, yoksul bir ailenin çocuğu olarak eğitimlerini tamamlamış, yurttaşlık bilincini geliştirmiş, Millî Mücadele yanlısı olmuştur. Nihayetinde, bir öğretmen olarak da yurduna hizmete başlayacaktır. *Esir Şehrin İnsanları* romanının başkişisi ise zengin ve aristokrat aile üyesi, paşa oğlu olduğu yaşamında, bir aydın dönüşümü yaşayıp hem emeğin değerini kavramış hem de Millî Mücadele'ye katılmıştır. Eserde, Bolşeviklikle ilgili diyaloglara da yer verilerek emperyalistlere karşı mücadele ögeleri hissettirilirmiştir. Reşat Enis Aygen'in *Despot* romanında; Birinci Dünya Savaşı ve Millî Mücadele dönemlerindeki Anadolu'dan kesitler sunulmuştur. Romanın başkişisi, şehirli değil, köylüdür. Halkın büyük bir bölümünü oluşturan köylü, iki savaş döneminde de ağa-mütegallibe baskısına-sömürüsüne maruz bırakılmıştır. Birinci büyük savaş döneminde ağaların sömürüsüne ortak olmuş jandarma, savcı, hâkim, mültezim vb. devlet görevlileri mevcuttur. Millî Mücadele döneminde, ağanın ortakları arasına işgalci Yunan askerleri eklenir. Hepsinin karşısına vatansever, Kuvayımilliyeci/Kemalci ve emekçi köylüler, yurttaşlar dikilir.

Despot'un, *Sınıf Arkadaşları*, *Esir Şehrin İnsanları* romanlarından diğer farkları şunlardır: Yazarının vurgulamasıyla, "köylü" demek "halk" demektir. Ayrıca, Millî Mücadele sadece işgalcileri ve yandaşlarını yenmek için verilmez, insanca çalışmak ve yaşamak için de verilir. *Despot*'un Toplumcu Gerçekçiliğe uygun yönleri; emekçi köylülerin-halkın kendi yurtları ve emekleri için sömürgeci güçlere karşı mücadele etmeleri ve toplumcu gerçekçi edebiyatın "olumlu kahraman"ının bazı özelliklerini (emeğin, toprağın değerini bilmek, insancıl olmak, umudunu kaybetmemek vb.) taşımalarıdır. Diğer yandan, çalışmamızda incelediğimiz romanlar özelinden genel duruma baktığımızda; yazarlarımızın ilgili izlekleri işleyişlerinde, Toplumcu Gerçekçiliğin Sovyet Rusya'daki işlenişine göre farkları açıkça görülür. Ele aldığımız romanların başkişileri; işçi-emekçi sınıfın gelişiminde bilinçlendirici bir rol alarak önce sosyalizm, sonra da komünizme ulaştırıcı eylemlerin değil, yurdu işgal etmiş sömürücü-emperyalist devletlere karşı ulusal bağımsızlık mücadelesinin başarıya ulaştırılması adına eylemlerin özneleridir. Romanlardaki diğer önemli izleklerin işlenişlerinde, yine Millî Mücadele'nin etkisinden yararlanılmıştır. Özellikle; yoksulluk, eşitsizlik, sömürü ve yozlaşma izlekleri, Millî Mücadele'nin ilk yıllarında işgal etkisiyle fazlaca artmış biçimde gösterilmiştir ve bunlara karşı mücadele, Millî Mücadele'nin damarlarından biri gibi hissettirilmiştir.

Etik Beyan

"*Millî Mücadele'nin Başlangıcına Dair Toplumcu Gerçekçi Üç Roman: Sınıf Arkadaşları, Esir Şehrin İnsanları, Despot*" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Three Socialist Realistic Novels About the Beginning of the National Struggle: Classmates, People of the Captured City, Despot*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Not

Bu makale, Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı tarafından, 27-29 Ağustos 2022'de düzenlenen "*Büyük Taarruz ve Başkomutanlık Meydan Muharabesi Gençlik Kongresi*"nde sunulmuş "*Millî Mücadele'nin Başlangıç Yıllarının Türk Romanına Yansıyışlarına Dair İki Örnek: Sınıf Arkadaşları, Despot*" adlı bildirinin genişletilmiş ve makaleye çevrilmiş biçimidir.

Kaynakça

Aygen, R. E. (1957). *Despot*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
Belge, M. (1975). Türkiye'nin "doğu-batı" sorunsalı ve kültür. *Birikim Dergisi*, Nisan 1975, 2, 20-25.
Binyazar, A. (1976). Toz duman içinde/vatan dediler. *Türk Dil Kurumu Türk Dili Dergisi* Türk romanında kurtuluş savaşı özel sayısı, 298, Temmuz 1976, 101-108.
Binyazar, A. (2003). Halide Edip Adıvar: Türk'ün ateşle imtihanı-ateşten gömlek-vurun kahpeye. *Türk romanında kurtuluş savaşı* (Haz. M. Balabanlılar). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 24-71.
Coşkun, S. (2006). *Kemal Tahir-şahsiyeti, eserleri, fikirleri-* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul.
Çetin, N. (2004). Türk hikâyesinde sosyalist realizm toplumcu gerçekçilik. *Hece Öykü Dergisi*, Ağustos-Eylül 2004, 4, 52-71.
Doğan, M. H. (1976). Türk romanında kurtuluş savaşı. *Türk Dil Kurumu Türk Dili Dergisi* Türk romanında kurtuluş savaşı özel sayısı, 298, Temmuz 1976, 7-40.
Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2011). *Kültür ve iletişim*. İstanbul: Erk Yayınları.
İşler, İ. (2021). *Emek, ideoloji ve sanat-Türk edebiyatında toplumcu gerçekçi roman (1930-1960)*. Ankara: Grafiker Yayınları.
Jusdanis, G. (1998). *Gecikmiş modernlik*. İstanbul: Metis Yayınları.
Liebmann, M. (2017). *Rus devrimi* (Çev: S. Tiryakioğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
Marcuse, H. (1997). *Estetik boyut* (Çev: A. Yardımlı). İstanbul: İdea Yayınevi.
Millas, H. (2005). *Türk ve Yunan romanlarında "öteki" ve kimlik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
Oktay, A. (2008). *Toplumcu gerçekçiliğin kaynakları*. İstanbul: İthaki Yayınları.
Ökçün, G. A. (1970). *Osmanlı sanayi:1913,1915 yılları sanayi istatistiki*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
Örgen, E. (2011). Kemal Tahir'in "Esir şehir dizisi" romanlarında İstanbul. Bilig Dergisi, 56, 195-210.
Özdemir, E. (2003). Talip Apaydın: toz duman içinde-vatan dediler-köylüler. *Türk romanında kurtuluş savaşı* (Haz. M. Balabanlılar). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 389-441.
Sarıçiçek, M.(1995). *Reşat Enis Aygen hayatı ve eserleri üzerine bir araştırma/inceleme* (Doktora Tezi). Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
Sevinç, C. (2009). Atatürk dönemi (1923-1938) Türk romanında millî mücadele. *Turkish Studies*, International periodical for the languages, literature and history of Turkish or Turkic, 4/1-II, 2011-2040.
Solok, C. K. (1976). *Sınıf arkadaşları*. İstanbul: İnkılap ve Aka Kitabevleri.
Somers, M. ve Gibson, G. (1994). Reclaiming the epistemological 'other': narrative and the social constitution of identity (Der: C. Calhoun). *Social theory and the politics of identity*, Blackwell, Cambridge, 38-61.
Şolohov, M. (1983). *Yazarın sorumluluğu* (Çev: E. Yalçın). İstanbul: De Yayınevi.
Tahir, K. (2019). *Esir şehrin insanları*. İstanbul: İthaki Yayınları.
Tekin, M. (2001). *Roman sanatı: romanın unsurları*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
Türkeş, Ö. (2003). Genel bir bakış. *Türk romanında kurtuluş savaşı* (Haz. M. Balabanlılar). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 11-23.
Yalçın, A. (1998). *Cumhuriyet dönemi Türk romanı*. İstanbul: Günce Yayınları.
Yazoğlu, C. (2004). Kemal Tahir'in tarihe bakışı. *biyografya Kemal Tahir 4*. İstanbul: Bağlam Yayınları, 53-54.
Ziss, A. (1998). *Estetik* (Çev: Y. Şahan). İstanbul: De Yayınevi.

EXTENDED ABSTRACT

In Turkish literature, the treatment of the War of Independence as a subject appears with concrete examples starting from the second half of the 1920s. The effects of this "Struggle" on the nation's memory and structure are shown in novels, poems, stories and theater works. In the world; Among literary genres, the novel's rise to prominence and interest in the last two centuries has found its counterpart in Turkish literature, and it is a natural consequence that novels about the War of Independence have begun to be written and their number has begun to increase. Turkish novelists, who have written novels within the framework of their understanding of literature from the second half of the 1920s to the present, show their relevant attitudes in their handling of the War of Independence. In this respect, the way novelists who have adopted the Socialist Realist understanding of literature deal with the War of Independence are noteworthy examples. The basic principles of the Social Realist understanding of literature put forward in the Soviet Union; In parallel with the development and spread of socialism - without leaving partisan attitudes in the background - in order to make the targeted communist society structure a reality, literary figures should produce works and fulfill their assigned duties. However, Socialist Realism, which spread from the Soviet Union, was not directly processed with the same principles in every country. Unique situations of Social Realism have emerged in Turkey, and our writers who adopted this understanding focused on the characteristics of Turkish society. *Classmates* by Cevdet Kudret Solok; It is a novel in which, based on the author's own life story, it is tried to show how the first twenty to twenty-five years of the 20th century were lived in our country and in Istanbul, with social realist and populist

sensitivities. Historical events are very intensely covered in the plot of the novel; The First World War, the Occupation of Istanbul and the War of Independence. The author explains the difficulties that the First World War caused to the people behind the front; It shows the increasing corruption resulting from poverty and exploitation through characters and event chains. While war profiteers, who grew up with exploitation, were a minority that became richer during the relevant period; People who are laborers and struggle first with life and then with making ends meet constitute the majority of the society. The protagonist of the novel is also a member of this majority. In the novel, working and poor people, who are shown as the majority of the society, support the National Struggle launched against the imperialist-occupying-big capitalist states in Anatolia as much as they can. Kemal Tahir's novel, *People of the Captured City*, is similar to the novel Classmates; It shows the views of the rich-pro-occupier-corrupt and exploitative minority and the working people, the poor and the majority of the society towards the War of Independence in Istanbul, which was occupied after the defeat of the Ottoman Empire in the First World War. The social realist and populist attitude begins with the protagonist of the novel coming to Istanbul at the end of the First World War and observing the events in Istanbul and Anatolia. The War of Independence launched in Anatolia against the occupying-imperialist states; He became a source of morale for the working, poor and patriotic people of Istanbul, and these people supported the War of Independence as much as they could. The protagonist of the novel, at first, did not think much about this struggle; He appreciates and embraces fearless people who seem indifferent from the outside, but when he looks deeper, they are full of love for the country. He tries his best, but is arrested by pro-occupant government forces. Main character; He sees the true faces of his family members, relatives and the people he meets in occupied Istanbul. Unlike the first two novels; In Reşat Enis Aygen's novel *Despot*, most of the plot takes place in Anatolia. Examples of the evil and exploitation inflicted on the villagers by gentrified lords with feudal characteristics during the First World War are presented. During the War of Independence; There are messages that if the war of independence and the War of Independence against the invaders in Anatolia are won, the people will own their own land and use it for the benefit of society. The social realist and populist attitude becomes more evident with these messages. Patriots also fight against the genocide "Despot" Davut Agha, who has overlord characteristics and cooperates with the invading enemy. The working peasant fights to save his homeland. These three novels we have discussed present remarkable examples of the treatment of the first years of the War of Independence with a Social Realist approach.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Tataristan'da Türkoloji Çalışmaları (XVIII. Yüzyılın Ortalarından 1917 Bolşevik Devrimine Kadar)

Selinay ERGENÇ[1]

Öz

Türkoloji çalışmaları, 21. yüzyılda yeniden önem kazanmaya başladı. Osmanlı Devleti'nin hüküm sürdüğü dönemde Türkoloji'ye dair Fransa, Avusturya-Macaristan, Rusya Çarlığı gibi ülkelerde önemli çalışmalar yapılıyordu. Bunun ana nedeni ise Osmanlı Devleti'nin gücü nedeniyle onu tanımak ve karşılıklı ilişkilerde fayda sağlayabilmekti. Günümüzde ise özellikle Türk Devletleri Teşkilatı'nın güçlü bir örgüt olarak ortaya çıkması ve Türkiye'nin bölgesel etkisinin artmasıyla Türkoloji çalışmalarına yeniden önem verilmeye başlanmıştır. Bu makalemizde Rusya Federasyonu'na bağlı Tataristan Cumhuriyeti'nde tarihteki Türkoloji çalışmaları genel olarak ele alınmıştır. Tataristan'da XVIII. yüzyılın ortalarından 1917 Bolşevik Devrimine kadar olan dönemde Türkoloji'nin başta Kazan Üniversitesi olmak üzere bazı bilim insanları tarafından özellikle bir bilim olarak ele alındığı işlenmiştir. Rusya ve Tataristan'da Türkoloji çalışmalarının gelişmesinde sadece Osmanlı Devleti ile olan ilişkiler değil Rusya Çarlığı'nın Sibirya, İdil-Volga, Türkistan gibi coğrafyalarda hâkim olmaya başlaması da etkili olmuştur. Bu çalışmamızda Tataristan'da Türkoloji çalışmaları ele alınırken Kazan Devlet Üniversitesi kütüphanesinde yer alan çalışmalar, gezi notları ve arşiv-müzeler genel olarak incelenerek analiz edilmeye çalışılmıştır. Tataristan'daki Türkoloji çalışmaları, Rusya Çarlığı'nın diplomatik, ekonomik ve idari-stratejik çıkarlarına da önemli faydalar sağlamıştır. Tataristan'da Türkoloji çalışmaları incelenerek bir bakıma günümüzde yapılan veya yapılması muhtemel çalışmalara örnek teşkil etmesi de amaçlanmıştır. Tataristan'da Türkoloji konusunda yapılan çalışmalar, kaynak ve yöntem olarak günümüzdeki çalışmalara da ışık tutabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Tataristan, Tatar, Türkoloji, Türkiyat, Rusya

Turkology Studies in Tatarstan (From the Mid-18th Century to the Bolshevik Revolution in 1917)

Abstract

Turkology studies began to gain importance again in the 21st century. During the reign of the Ottoman Empire, important studies on Turkology were carried out in countries such as France, Austria-Hungary, and the Russian Empire. Today, especially with the emergence of the Organization of Turkic States and the increase in Türkiye's regional influence, Turkology studies have begun to be given importance again. In this article, Turkology studies in the Republic of Tatarstan are generally discussed. It is discussed that in Tatarstan, from the mid- 18th century until the Bolshevik Revolution of 1917, Turkology was treated as a science. Not only the relations with the Ottoman Empire but also the dominance of the Russian Empire in geographies such as Siberia, Volga, and Turkestan were effective in the development of Turkology studies in Russia and Tatarstan. In this study, while addressing Turkology studies in Tatarstan, the studies in the Kazan State University library, travel notes and archives- museums were generally examined and analysed. By examining Turkology studies in Tatarstan, it is also aimed to serve as an example for current or potential studies. Studies conducted on Turkology in Tatarstan can also shed light on current studies in terms of source and method.

Keywords: Tatarstan, Tatar, Turkology, Türkiye, Russia

Atıf İçin / Please Cite As:

Ergenç, S. (2025). Tataristan'da Türkoloji çalışmaları (XVIII. Yüzyılın ortalarından 1917 Bolşevik Devrimine kadar). *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 912-921. doi:10.33206/mjss.1630987

Geliş Tarihi / Received Date: 01.02.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 05.04.2025

[1] Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, Millet Kütüphanesi Başkanlığı, selinergenc06@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7880-2690

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Rusya'da Türkoloji çalışmaların gelişimi, XVIII. yüzyılda başlamış ve Volga bölgesi, Sibirya, Kafkasya ve Orta Asya (Türkistan) gibi bölgelerdeki keşif gezileri ile yakından bağlantılıdır. Bu bölgelerin sistematik olarak incelenmesi, Rus Çarlığı'nın diplomatik, ekonomik ve idari stratejik çıkarlarının bir parçası olarak gerçekleştirilmiştir. Tataristan'da Türkiyat alanındaki ilk adımlar arasında 1768 yılında Çariçe II. Katerina'nın kararnamesiyle Birinci Kazan Gimnazyumu Tatar dilinin öğretimine başlanması yer alır (Raphikova, 1998, ss. 200-204). Bu girişim, Osmanlı Devleti ile diplomatik ilişkilerin geliştirilmesi ve Rusya sınırları içindeki Türk halklarıyla etkileşimlerin güçlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. XVII. ve XVIII. yüzyıllarda Osmanlı Devleti, Batı'da Türkiyat araştırmaların temel odak noktası haline gelmiştir. Bu ilgi, Osmanlı Devleti'nin stratejik coğrafi konumu ve uluslararası siyaset ile ekonomi üzerindeki etkisinden kaynaklanmıştır. XIX. yüzyılın ikinci yarısına kadar Batı'da yapılan dilbilimsel Türkiyat araştırmalarının ana ekseni, yalnızca Osmanlı Türkçesi üzerine yoğunlaşmıştır. Bu durum, dönemin Avrupalı oryantalistlerinin Osmanlı Devleti gibi güçlü bir Türk devletine olan ilgisini açıkça yansıtmaktadır. Ancak, XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Avrupalı bilim insanları Çuvaşça, Tatarca, Kumukça ve Uygurca gibi farklı Türk lehçelerine yönelmiştir. Böylece Türkiyatta dilsel ve kültürel çeşitliliği ön plana çıkaran yeni bir paradigma oluşmuştur (Turkologiya v Kazanskom, 2025).

Türkolojinin erken dönem çalışmaları, bilimsel bir disiplin olarak şekillenmesinde yalnızca akademik katkılar değil, aynı zamanda kültürel mirasın korunması ve aktarılması açısından da önemli bir rol oynamıştır. Kazan'da başlayan bu süreç, Tataristan'ın Türkoloji alanındaki bilimsel mirasını uluslararası alanda görünür kılmaya devam etmektedir. XVIII. ve XIX. yüzyıllar arasındaki dönem, Osmanlı Devleti'ne odaklanan çalışmalarla başlayan Türkiyat araştırmalarının, Türk dilleri ve kültürlerinin daha geniş ve derin bir şekilde ele alınmasına evrildiği bir dönemdir. Özellikle Rusya'da, bu disiplin hem imparatorluk stratejileri hem de Kazan'daki öncü bilim insanlarının faaliyetleri sayesinde önemli bir ivme kazanmıştır. Bu dönem, Türkolojinin hem Rusya'da hem de uluslararası alanında gelecekteki gelişimi için sağlam bir temel oluşturmuştur. XIX. yüzyılın ilk yarısında Rusya'daki en önemli laik eğitim kurumlarından biri olan Birinci Kazan Gimnazyumu, Türkçe dâhil olmak üzere Doğu dillerinin hedefli ve sistematik öğretiminin yapıldığı bir merkez haline gelmiştir (Valeyev ve Arslanova, 2008, s. 17). Bu eğitim kurumu, Kazan Üniversitesi'nin Doğu çalışmaları ve Türkolojisinin oluşumu ve gelişimi için temel bir pedagojik altyapı sağlamış, aynı zamanda Türk dil ve edebiyatlarının tarihi ve güncel durumu üzerine çalışan dünyanın önde gelen araştırma merkezlerinden biri olan Kazan Türkoloji Bilim Okulu'nun oluşumunda büyük bir rol oynamıştır.

Tataristan'ın tarihi başkentlerinden Kazan, Volga bölgesinin merkezi bir noktası olarak Türk dilleri ve kültürlerine yönelik araştırmaların yoğunlaştığı önemli bir bilimsel ve kültürel merkez haline gelmiştir (Yılmaz, 2020, ss. 392-396). Türkoloji alanındaki ilköğretim faaliyetleri 1759 yılında kurulan Birinci Kazan Gimnazyumu'nda başlamış, burada Tatar dilinin öğretimine büyük önem verilmiştir. Bu süreçte Sagit Halfin, İshak Halfin ve İbrahim Halfin gibi isimler önemli roller oynamıştır. Tatar filolojisi ve Türkolojinin temelleri atılmıştır (Zotcheva, 2019). Sagit Halfin, Rusya'daki ilk basılı Tatar alfabesi olan "Azbuka Tatarskogo Yazyka s Obstoyatelnym Opisaniyem Bukv i Skladov (Tatar Dilinin Alfabesi: Harflerin ve Eklemelerin Ayrıntılı Bir Açıklaması ile-1778)" eserinin yazarı olarak tanınır (Khalfin, 1778, s. 56). Bu eser, Tatar dilinin öğretilmesi ve öğrenilmesinde önemli bir kaynak olmuştur. Halfin'in çalışmaları, yalnızca Tatar dilbiliminin gelişimini değil, aynı zamanda Türkoloji alanındaki modern araştırmalara ilham veren bir bilimsel mirası temsil etmektedir (Valeyev, Abidulin ve Valeyeva, 2016, ss. 101-116). İbrahim Halfin ise Birinci Kazan Gimnazyumu ve Kazan Üniversitesi'nde Tatarca ve Arapça öğretmenliği yapmış, "Azbuka i Grammatika Tatarskogo Yazyka s Pravilami Arabskogo Chteniya (Arapça Okuma Kurallarıyla Tatar Dilinin Alfabesi ve Grameri-1809)" gibi eserlerle dilbilgisi çalışmalarına katkıda bulunmuştur (Khalfin, 1809, s. 44). Ayrıca, H. D. Fren ile Ebul-Gazi Bahadır Han'ın "Rodoslovnaya Tyurok (Türklerin Soyağacı)" adlı eserinin 1825 yılında yayımlanmasında önemli bir rol oynamıştır (Kononov, 1971, ss. 3-12). Bu eser, Avrasya'daki Türk halklarının tarihi ve kültürel yapıları hakkında değerli bilgiler sunmuş, Rus Türkolojisinin uluslararası bilimsel alandaki tanınırlığını artırmıştır.

Tataristan'da 1820'ler ve 1830'larda Birinci Kazan Gimnazyumu'nda Asya dillerinin öğretimine yönelik özgün bir sistem geliştirilmiştir. Örneğin, 1822 yılında F. I. Erdman'ın önderliğinde Arapça ve Farsça eğitimi başlatılmıştır. Daha sonraki dönemlerde Mirza Kazem Bey (Türk-Tatar dilleri), I. Vernikovsky (Arapça), A. Onisiforov (Tatarca), K. Voigt ve A. Popov (Farsça ve Moğolca) gibi önde gelen uzmanlar Doğu dillerinin öğretiminde aktif rol almıştır (Valeyev vd., 2016, s. 101). Bu uzmanlar, Rusya'da

Doğu dillerinin öğrenimini yaygınlaştıran akademik Doğu çalışmalarının temelini atmışlardır. 1836 yılında onaylanan "Polozheniye o Prepodavanii Vostochnikh Yazykov (Doğu Dillerinin Öğretilmesine İlişkin Yönetmelik)" ile eğitim süreci üç kategoriye ayrılmıştır (Polozheniye o Prepodavanii, 1836). Birinci kategori Arapça ve Farsça, ikinci kategori Türk-Tatarca ve Farsça, üçüncü kategori ise Moğolca ve Türk-Tatar dillerini kapsamaktaydı (Valeyev vd., 2016, s. 101). Bu sistem, Doğu dillerinin öğretimini yapılandırmış ve Doğu çalışmaları alanında uzmanların yetiştirilmesini mümkün kılmıştır. Ancak, 1850'li yıllarda Birinci Kazan Gimnazyumu'nda Oryantalizm (Şarkiyat) eğilimlerin azalmasıyla önemli değişiklikler meydana gelmiştir. 1853-1855 döneminde pek çok dil kursu sonlandırılmıştır. Ermenice öğretimi 1853'te sona ermiş, 1854'te ise Tatarca dışında tüm Doğu dillerinin eğitimi tamamen durdurulmuştur (Valeyev ve Martynova, 2009, s. 115). Bu süreç, Doğu çalışmaları eğitim sisteminin merkezi olarak Saint Petersburg Üniversitesi'ne kaydırıldığını göstermektedir. Ayrıca, bu durum XIX. yüzyılın ikinci yarısında Rusya'da ortaöğretim düzeyinde Doğu dillerine olan ilginin azaldığını, eğitimin ise Saint Petersburg Üniversitesi Doğu Dilleri Fakültesi gibi uzmanlaşmış kurumlarda yoğunlaştığını yansıtmaktadır (Valeyev vd., 2016, s. 102).

Kazan Üniversitesinde Türkoloji Çalışmaları

Tataristan'da 1804 yılında kurulan Kazan İmparatorluk Üniversitesi, Türkoloji çalışmalarına önemli katkılarda bulunmuştur. Üniversitenin ilk tüzüğüne göre kurumda Tatar dili öğretim görevlisi pozisyonu oluşturulmuş ve bu göreve İbrahim Halfin atanmıştır. Halfin, Türkçe, Arapça ve Farsça dillerinin yanı sıra Türk-Tatar yazılı eserleri üzerine derin bilgiye sahip bir eğitimci olarak, üniversitede Doğu dillerinin sistematik incelemesinin temelini atmıştır. Kazan Üniversitesi'nde Arapça, Farsça, Türkçe ve Tatarca öğretilmiş; bu durum, Türk dilleri ve kültürlerinin incelenmesinde bütüncül bir yaklaşımın gelişmesine katkı sağlamıştır (Zamaletdinov ve Galiullina, 2016, ss. 3-8, Yılmaz, Gömeç ve Yılmaz, 2022, ss. 171-172). Birinci Kazan Gimnazyumu ve Kazan Üniversitesi, XIX. yüzyıl Rusya'sında Doğu çalışmaları ve Türkolojinin gelişiminde belirleyici bir rol oynamıştır. Bu kurumlar, uluslararası alanda tanınan Rus Türkoloji Bilim Okulu'nun oluşumu için sağlam bir temel sağlayarak, Doğu dilleri alanında yüksek vasıflı uzmanların yetiştirilmesinde önemli bir görev üstlenmiştir. Ancak, St. Petersburg'da yoğunlaşan merkezi bir Doğu çalışmaları sistemine geçiş, XIX. yüzyılın ikinci yarısında Kazan'ın bu alandaki öncü rolünün azalmasına neden olmuştur.

Rusya Çarı I. Aleksandr'ın 10 Temmuz 1807 tarihli kararnamesiyle, Rostock Üniversitesi'nde felsefe doktoru ve profesör olan Christian Martin (Danilovich) Fren (1782-1851), Kazan Üniversitesi'nde Doğu edebiyatı profesörü olarak atanmıştır (Mrtkhuzina, Valeyev, Valeyeva ve Bobkov, 2018, ss. 118-130). Bu atama, Kazan Üniversitesi'nde Doğu çalışmaları ve Türkolojinin oluşumunda önemli bir aşama olmuş ve bu alanların daha da gelişmesinin temellerini atmıştır. Üniversitenin ilk yıllarında, tarih ve ekonomi profesörü P. S. Kondirev ile Kazan Eğitim Bölgesi Mütevellisi M. L. Magnitsky'nin liderliğinde oryantalizmin iki farklı yaklaşımı şekillenmiştir (Valeyev vd., 2016, s. 103). Bu dönem, Kazan Üniversitesi'nin sadece Rusya'daki değil, dünya genelindeki Türkoloji ve Doğu çalışmaları literatürüne yaptığı katkılar açısından da kritik bir dönemdir. Kazan Üniversitesi bilim insanları, dil öğretimini ilgili halkların tarihi, edebiyatı ve kültürüyle ilişkilendirerek Doğu dillerinin öğretim yöntemlerine büyük önem vermiştir. Bu yaklaşım, öğrencilerin Doğu'nun tarihsel ve geleneksel birikimini daha derinlemesine kavramalarına katkı sağlamıştır (Yusupova, 2019, ss. 211-220). 1828-1829 yıllarında dönemin Kazan Üniversitesi Rektörü N. I. Lobachevsky'nin girişimleriyle Doğu dalı oluşturulmuş ve Doğu Dilleri Bölümü temelinde iki özel bölüm kurulmuştur. Bunlar Türk-Tatar Dilleri ve Arap-Fars Dilleri bölümleridir (Kazanskaya Turkologicheskaya Shkola, 2025).

Tataristan'da Kazan Oryantalizminin gelişimine katkıda bulunan önemli isimler arasında Ch. Fren, F. Erdman, İ. Halfin, A. Kazem-Bek, İ. Berezin, N. Ilminsky, N. Katanov ve V. V. Radlov gibi bilim insanları bulunmaktadır (Kazanskaya Lingvisticheskaya Shkola, 2010, s. 18). Kazan oryantalizminin ayırt edici özelliklerinden biri, bilimsel, hümanist ve kültürel geleneklerin oluşturulmasıdır. Yerli oryantalistlerin faaliyetleri, Asya'nın "barbar" olarak algılanan imajını bulanıklaştırmış, Doğu halklarının tarihine, kültürüne ve edebiyatına dair nesnel bilgiler oluşturmuştur. Bu durum, Rusya ile Doğu halkları arasındaki karşılıklı anlayışın güçlenmesine ve tarihsel-kültürel bağların gelişimine katkıda bulunmuştur. Rus oryantalistler, hümanizm ve medeniyetlerin eşit haklarına dayalı ilkeler çerçevesinde çalışmış, bu ilkeler devlet ve sosyal hayatın önemli bir parçası haline gelmiştir. Rusya'nın Avrupa ile Asya arasındaki stratejik jeopolitik konumu, bilimsel oryantalizmin, özellikle Kazan gibi merkezlerde gelişmesine zemin hazırlamıştır. Doğu'nun geniş coğrafyasını kapsayan akademik bölümlerin oluşturulması, Rus Doğu çalışmalarının tarihindeki önemli gelişmelerden biridir. XIX. yüzyılın ilk yarısında, Kazan Üniversitesi'ndeki Müslüman

Doğu ve Orta Asya çalışmalarında uzmanlaşan bölümler, yalnızca eğitim alanında değil, aynı zamanda bağımsız bir bilim dalı olarak Rus oryantalizminin oluşumunda da öncü bir rol oynamıştır.

XIX. yüzyılda Kazan Üniversitesi, Doğu çalışmaları ve Türkoloji için önemli bir merkez haline gelmiş ve Rusya'daki Türkoloji çalışmalarının temelini oluşturmuştur. Bilim insanları ve eğitimcilerin çabaları, yalnızca eğitimsel gereksinimleri karşılamakla kalmamış, aynı zamanda Rusya'nın Doğu halklarıyla kültürel ve bilimsel bağlarının güçlenmesine de katkıda bulunmuştur. Ancak 1851-1854 yılları arasında Çar I. Nikolay'ın Kazan İmparatorluk Üniversitesi'nde Doğu dillerinin öğretimini durdurma ve St. Petersburg'da bir Asya Enstitüsü kurma kararı, devletin Doğu çalışmaları politikasında önemli bir değişikliğe işaret etmiştir (Nogmanov, 1998, ss. 56-59). Bu kararlar, XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren St. Petersburg'un Doğu çalışmaları alanındaki bilimsel ve eğitim faaliyetlerinin merkezi haline gelmesini sağlamıştır. Ancak bu gelişmelere rağmen, Kazan Üniversitesi, özellikle Türkoloji ve ilgili disiplinlerde önemli bir eğitim ve araştırma merkezi olmaya devam etmiştir. XIX. yüzyılın ilk yarısında ve ortalarında Kazan Üniversitesi'nin Doğu Bölümü, Müslüman Doğu halklarının tarihi ve kültürü üzerine önemli bir araştırma merkezi olarak işlev görmüştür. Çalışmalar, Osmanlı Devleti, İran ve Arap coğrafyalarının yanı sıra Volga (İdil) bölgesi, Urallar, Kafkaslar, Kırım ve Orta Asya (Türkistan) gibi Rus İmparatorluğu'ndaki İslam'ın geleneksel yayılma bölgelerine odaklanmıştır. Dönemin önde gelen Kazan oryantalistleri arasında Ch. D. Fren, İ. Halfin, F. Erdman, A. Kazem-Bek, İ. N. Berezin, V. F. Dittel ve İ. F. Gottwald gibi isimler yer almaktadır. Bu bilim insanlarının çalışmaları, Rus oryantalizminin temellerini atarak disiplinin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır (Valeyev vd., 2016, s. 103).

Tataristan'da XIX. yüzyılda Kazan Üniversitesi'nin Müslüman Doğu'nun tarihi ve kültürü üzerine yürüttüğü bilimsel faaliyetler birkaç temel alana odaklanmıştır. Bu alanlar arasında ders kitapları ve sözlüklerin hazırlanması ve yayımlanması, Doğu el yazmaları koleksiyonlarının geliştirilmesi, yazılı eserlerin yayımlanması ve Doğu edebiyatı eserlerinin çevirilerinin gerçekleştirilmesi bulunmaktadır. Müslüman dünyasının çeşitli bölgelerine düzenlenen bilimsel keşif gezileri, filolojik, tarihi, kültürel, arkeolojik ve etnografik çalışmaların oluşturulmasına önemli katkılar sağlamıştır. 1836 yılında, Prof. F. I. Erdman ve Mirza A. K. Kazem-Bey, üniversite kütüphanesinin koleksiyonlarını zenginleştirmek amacıyla, Türkçe eserler dâhil önemli Müslüman yazılı eserlerin listelerini derlemişlerdir. Bu listeler, Ch. D. Fren'in kaynak araştırmalarına dayanarak hazırlanmış ve Rusya'nın en büyük Doğu el yazması koleksiyonlarından birinin temellerini oluşturmuştur (Fren, 1834, s. 24).

Tataristan'da Türkoloji Araştırmalarının Çeşitlendirilmesi

Tataristan'da XIX. ve XX. yüzyılın başlarında, Kazan'da Türkoloji araştırmalarının kurumsallaşması ve profesyonelleşmesi yönünde istikrarlı bir eğilim ortaya çıkmıştır. Bu araştırmalar, Türkoloji konularının sürekliliğini ve derinlemesine analizini sağlamak amacıyla, Arap-Müslüman medeniyetinin incelenmesi bağlamında yürütülmüştür. Türkolojinin çok disiplinli bir bilim dalı olarak önemi, Kazan Oryantalistler Okulu temsilcilerinin çalışmaları sayesinde artmıştır. Bu çalışmalar, filoloji ve etnografyadan nümizmatik ve tarihe kadar geniş bir konu yelpazesini kapsamıştır. St. Petersburg Bilimler Akademisi ve üniversiteler, oryantalizmin gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. XIX. yüzyılda, Kazan bilim insanlarından oluşan seçkin bir grup, Kazan Okulu'nu tüm Rusya çapında temsil etmiştir. Bu isimler arasında Arabist ve nümismatist Ch. D. Fren, öğrencisi A. O. Yartsov, Türkolog ve İranist A. Kazem-Bek, Moğolist O. M. Kovalevsky ve Sinolog V. P. Vasilyev gibi önemli bilim insanları bulunmaktadır. 1870'ten itibaren önde gelen Kazan bilim insanları – Arabist İ. F. Gottwald, misyoner ve Türkolog N. İ. Ilminsky, dilbilimci ve etnograf V. V. Radlov – St. Petersburg Bilimler Akademisi'nde çalışmaya başlamışlardır (Valeyev vd., 2016, s. 104). V. R. Rosen, K. S. Veselovsky ve V. G. Tizenhausen gibi önde gelen bilim insanlarının, N. I. Ilminsky ve V. V. Radlov'a hitaben yazdığı mektuplar, Rus oryantalizminin tarihine ışık tutan önemli kaynaklardır (Valeyev, 2015, ss. 46-61). 1881-1884 yıllarına dayanan bu mektuplar, St. Petersburg ile Kazan bilim insanları arasındaki yakın mesleki ilişkilerin yanı sıra Kazan Doğu Araştırmaları Merkezi'nin, XIX. yüzyılın ikinci yarısından XX. yüzyılın başlarına kadar Rusya'nın bilimsel hayatındaki önemini göstermektedir. Resmi Doğu Çalışmaları Merkezi'nin St. Petersburg'a taşınmasına rağmen, Kazan Üniversitesi, Türkoloji araştırmaların geliştirilmesinde ve bilimsel geleneklerin korunmasında önemli bir rol oynamaya devam etmiş ve Rus oryantalizminin kilit merkezlerinden biri olarak varlığını sürdürmüştür.

Tataristan'da Asya Müzesi'nin 200. yıldönümü ve Kazan Üniversitesi Doğu Edebiyatı Bölümü'nün kuruluşunun 210. yıldönümüne ithafen, bilimsel bir projenin parçası olarak Rus Oryantalistlerinin Mektup Mirası "Pisma Mirzy A. K. Kazem-Beka Akademiku Ch. D. Frenu (1831-1846) (Mirza A. K. Kazem-Bey'in Akademisyen H. D. Fren'e (1831-1846) Mektupları)" başlıklı bir yayın hazırlanmıştır

(Epistolyarnoye Naslediye, 2015, s. 249). Bu çalışma, Kazan Üniversitesi'nin seçkin profesörlerinden biri olan ve Türkolog, İranist ve Arabist kimlikleriyle tanınan Mirza A. K. Kazem-Bey'in, Saint Petersburg Bilimler Akademisi üyesi Ch. D. Fren'e yazdığı mektupları ilk kez hem İngilizce orijinali hem de Rusça çevirisiyle okuyuculara sunmaktadır. Yayın ayrıca, Rusya Bilimler Akademisi Arşivleri'nin Saint Petersburg şubesinde muhafaza edilen Ch. D. Fren'in kişisel arşivinden belgelerin faks kopyalarını da içermektedir (Valeyev vd., 2016, s. 104). Bu proje, Rus oryantalistlerin yazışmalarını incelemek açısından büyük bir önem taşımaktadır ve Kazan ile St. Petersburg arasındaki yakın bilimsel ilişkilerin somut bir kanıtıdır.

Tataristan'da Türkoloji alanında önemli bir dönüm noktası, Mirza A. K. Kazem-Bey'in "Obshaya Grammatika Turetsko-Tatarskogo Yazyka (Türk-Tatar Dilinin Genel Grameri)" başlıklı eserinin yayımlanmasıdır (Turkologiya v Kazanskom, 2025). Eserin ilk bölümü 1839'da ikinci ve tamamlayıcı bölümü ise 1846'da yayımlanmıştır. Bu çalışma, yalnızca Rusya'da değil, uluslararası düzeyde de büyük ilgi görmüş ve eğitim kurumlarında yaygın bir şekilde kullanılmıştır (Kazem-Beck, 1846, s. 457). Eserde, Tatarca ve Türkçe'nin derinlemesine bir dilbilimsel analizi yapılmıştır. Ayrıca Başkurtça, Azerbaycan Türkçesi, Özbekçe ve Çuvaşça dilleriyle ilgili materyaller de yer almıştır. Böylece yazar, Türk dil ailesine ait dillerin ortak özelliklerini ve farklılıklarını ortaya koymayı başarmıştır. Bununla birlikte, ders kitabı ve sözlük gibi tasarlanan diğer projeler, tamamlanamadan el yazması halinde kalmıştır (Turkologiya v Kazanskom, 2025). Kazan Üniversitesi Kütüphanesi'nin doğu bölümünün dinamik gelişimi, doğu kültürlerinin incelenmesine yönelik ilginin giderek arttığını göstermektedir. Bu büyüme, Kazan oryantalistlerinin Müslüman Doğu'dan materyal toplama ve analiz etme konusundaki kararlı çalışmaları sayesinde mümkün olmuştur. Mirza A. K. Kazem-Bey'in oryantalizme katkıları, yazılı el yazmalarının incelenmesinde uyguladığı bilimsel ve eleştirel yaklaşımı sayesinde uluslararası alanda tanınmıştır. Öne çıkan eserleri arasında "Asseb-us-sei-yar, ili Sem Planet (Asseb-us-sei-yar veya Yedi Gezegen-(1831)", "Mukhteserül-wikgayat-(1845)", "Sabat al-ajizin-(1847)", "Derbend-nameh-(1851), "Polniy Konkordans Korana (Kuran'ın Tam Uyumu-(1859)" ve "Şerai ül-İslam-(1862, 1867)" bulunmaktadır (Valeyev, Valeyeva ve Zyapparov, 2014, s. 5). Bu eserler, Müslüman kaynaklarının incelenmesinde metinsel eleştiri geleneğinin temelini atmış ve oryantalizm alanında önemli bir miras bırakmıştır.

Tataristan'da XIX. yüzyılın ilk yarısında Kazan Üniversitesi'nin Doğu Araştırmaları Bölümü temel alınarak kurulan Kazan Türkoloji Okulu, I. Halfin, A. Kazem-Bey, M. Makhmudov, S. Kuklyashev ve diğer seçkin bilim insanlarını bir araya getirmiştir (Valeyev vd., 2016, s. 105). Bu okulun çalışmaları dilbilim, tarih, etnografya ve folklor gibi alanları kapsamıştır. Okulun gelişiminde önemli bir aşama, Arapça, Farsça ve Türkçe dillerinin öğretimine yönelik ders kitaplarının, sözlüklerin ve diğer eğitsel materyallerin geliştirilmesi olmuştur. Rus Türkolojisinin önde gelen temsilcilerinden biri olan Nikolay Fedorovich Katanov (1862-1922), XIX. ve XX. yüzyılların başında gerçekleştirdiği faaliyetleriyle Türkçe konuşan halkların kültürel mirasının birliğini ve çeşitliliğini somutlaştırmıştır. Katanov'un 1889-1892 yıllarında Sibirya ve Doğu Türkistan'a yaptığı keşif, Türk halklarının dillerine, etnografyasına ve kültürüne önemli katkılar sağlamıştır. Bu keşifler, Ch. Ch. Valikhanov, G. N. Potanin, N. M. Przhevalsky ve V. V. Radlov gibi ünlü araştırmacıların keşifleriyle kıyaslanabilecek niteliktedir (Valeyev vd., 2016, s. 105). Aynı dönemde, M. V. Pevtsov ve Grum-Grzhimailo kardeşler tarafından yönetilen keşif müfrezeleri de Sincan bölgesinde çalışmalar yürütmüş ve Katanov'un rotalarıyla örtüşen güzergâhlarda faaliyet göstermiştir (Martynov, Martynova ve Khabibullina, 2019, ss. 106-124).

Tataristan'da Kazan Üniversitesi oryantalistleri tarafından gerçekleştirilen çalışmalar, yalnızca Türk halklarının dilsel çeşitliliğini değil, aynı zamanda Volga (İdil) Bölgesi, Urallar, Sibirya, Kafkasya, Orta Asya (Türkistan) ve Kırım gibi bölgelerin tarihini ve kültürel mirasını da kapsamaktadır (Valeyev vd., 2016, s. 106). Bu çalışmalar, Volga (İdil) Bulgarları ve Altın Orda'dan Osmanlı Devleti'ne kadar Avrasya'nın Türkçe konuşan halklarının kültürel ve tarihî kimliklerinin incelenmesine önemli katkılar sağlamıştır. Nikolay Fedorovich Katanov'un bilimsel faaliyetleri, dilbilim, folklor araştırmaları, müzecilik, nümizmatik ve kaynakça gibi çok çeşitli disiplinleri içermektedir. Araştırmaları ayrıca Altay-Sayan, Sincan, Volga (İdil) Bölgesi ve Urallardaki Türk halklarının geleneksel ve modern sosyo-ekonomik yaşam biçimlerini, gündelik yaşamlarını ve manevi yönlerini kapsamaktadır. Bu çeşitlilik sayesinde Katanov, Rusya ve Avrupa'nın önde gelen oryantalistleri arasında haklı bir yer edinmiştir. Bununla birlikte, XIX. yüzyılın sonlarına ait sosyo-pedagojik koşullar, Katanov'un Kazan'da Rus Türkolojisi için bir bilim okulu kurmasını engellemiş olsa da bu durum onun bu alandaki katkılarının önemini azaltmamaktadır. Katanov'un meslektaşlarına, akıl hocalarına ve dostlarına yazdığı mektuplardan oluşan yazışma arşivi, özel bir öneme sahiptir. Günümüze ulaşan ilk mektuplar 1884 yılına aittir ve bu yazışmalar, bilim insanının ölümüne kadar devam etmiştir. Bu mektuplar, Katanov'un bilimsel ve yaratıcı biyografisinin temel aşamalarını daha ayrıntılı olarak anlamamızı

sağlamaktadır. Özellikle, Katanov'un akademisyen V. V. Radlov'a 1889-1892 yıllarında yazdığı mektuplar dikkat çekicidir (Katanov, 1893, s. 114; Katanov, 2017, s. 731; Katanov, 1902, ss. 31-75). Bu yazışmalar, Türk halklarının coğrafi adlarını, geleneklerini ve ayinlerini öğrenmesine dair bilgiler içermektedir. Aynı dönemde Katanov, Güney Sibirya ve Doğu Türkistan'da geniş kapsamlı etnografik ve dilbilimsel keşif gezileri düzenlemiştir. Katanov'un V. R. Rosen, E. K. Pekarsky, S. F. Oldenburg ve K. G. Zaleman gibi önde gelen oryantalistlerle yazışmaları, Rusya'daki Türkoloji çalışmalarının gelişimini incelemek açısından önemli bir kaynak niteliğindedir (Valeyev vd., 2016, s. 107). Sibirya ve Doğu Türkistan'a yapılan keşiflerin sonuçları ve Katanov'un arkadaşlarına yazdığı mektuplar, dönemin bilimsel standartlarının ilerisinde olduğu için zamanında yayımlanamamış, ancak kaydedilen geleneksel kültürün önemi, bir asırdan fazla bir süre sonra fark edilmiştir. Katanov'un günlüklerinden oluşan yazılı mirası da aynı derecede önem taşımaktadır. Tıva, Sibirya, Doğu Türkistan-Sincan, Tarbagatay, Semirechya, Volga (İdil) ve Urallara yönelik seyahatlerini konu alan günlükleri, folklor, dilbilim ve etnografya ile ilgili eşsiz bilgiler sunmaktadır (Radlov, 1907, s. 683). Örneğin, Tıva'ya yapılan seyahate dair günlük, bir asırdan fazla bir süre boyunca St. Petersburg Kunstkamera arşivlerinde saklı kalmış ve yalnızca 2011 yılında yayımlanmıştır (Katanov, 2011, s. 383). Gelecekte, 1890 tarihli "Puteshestviye po Sibiri, Dzungarii I Vostochnomu Turkestanu (Sibirya, Dzungaria ve Doğu Türkistan Seyahati)" adlı diğer önemli günlüklerin yayımlanması planlanmaktadır (Katanov, 2017, s. 731).

Tataristan'da Kazan'ın, Rus İmparatorluğu döneminde Türk halklarının temsilcilerinin bir araya geldiği yerli Türkoloji çalışmalarının merkezi olarak oynadığı rol, ayrıca incelenmeye değerdir. Ş. Marjani, K. Nasyri, R. Fakhretdinov, G. Akhmarov ve Z. Velidi Togan gibi önemli figürler, oryantalist ve Türkoloji çalışmalarının gelişimine büyük katkılar sağlamıştır (Tatarskiye Prosvetiteli, 2025). Bu kişilerin faaliyetleri, Rusya'daki ve komşu bölgelerdeki halkların tarihi ve kültürünü incelemek için sağlam bir bilimsel temel oluşturmuştur. XIX. yüzyılın sonlarında Doğu çalışmaları, Rusya'da karmaşık ve bilimsel temelli bir nitelik kazanmış, Türkoloji ise bu disiplinin temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Bu dönemde önde gelen bilim insanları, yalnızca Doğu dillerini öğretmekle kalmamış, aynı zamanda Doğu'ya ilişkin bilimsel bilgilerin bütüncül bir şekilde özetlenmesi görevini üstlenmiştir. Bu çalışmalar, filolojik, kültürel ve tarihsel disiplinlerin gelişimini teşvik ederek klasik Doğu çalışmalarının temelini oluşturmuştur (Valeyev vd., 2016, s. 108). XIX. yüzyılda, Doğu çalışmaları bilimsel bir nitelik kazanmış, Türkoloji ise Doğu ile ilgili eğitim ve bilimin temel taşlarından biri olmuştur. Özellikle yüzyılın son çeyreğinde, dönemin önde gelen oryantalistleri, öğrencilere yalnızca Doğu dillerini değil, aynı zamanda Doğu'ya ilişkin bilimsel birikimi aktarma hedefini benimsemiştir. Bu çerçevede filolojik ve kültürel-tarihsel disiplinler gelişmiş, Asya halkları ve bölgelerine dair yeni araştırma yöntemleri ve teknikleri ortaya çıkmıştır. Doğu dillerine, edebiyatına ve tarihi anıtlarına yönelik çalışmalar, Asya halklarının ve Rus İmparatorluğu'ndaki Doğu toplumlarının eski ve orta çağ tarih ve kültürleriyle bağlantılı olarak sürdürülmüş; bu da klasik Doğu çalışmalarının gelişimine katkı sağlamıştır. Rusya'da klasik Türkoloji, dünya oryantalizminin önemli bir alanı olarak gelişmiş ve akademik çalışmaların temel bir unsuru olmuştur. Tarih, dil ve kültür araştırmaları ile yakından bağlantılı olan bu disiplin, Türk dillerinin, edebiyatının ve maddi kültürünün incelenmesine odaklanmıştır. Bu bağlamda hem Rusya'daki Türk halklarının hem de yabancı Türk topluluklarının kültürel mirası araştırılmıştır.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Rusya'da XIX. ve XX. yüzyılların başlarında, akademik ve üniversite Türkolojisi çerçevesinde, Türk dünyasının tarihsel ve kültürel mirasının incelenmesine yönelik dünya görüşü, metodolojik ve kültürel yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bu çalışmalar, Türk medeniyetinin bilimsel bir anlayışına zemin hazırlamış; dilbilimsel, etnografik, epigrafik ve tarihsel-filolojik yöntemlerle önemli sonuçlar elde edilmiştir. Avrasya'nın Türk sosyo-politik, kültürel ve etnolinguistik alanlarına yönelik üniversite araştırmaları hem Rusya'nın tarihsel gelişimini hem de modern Türk devletlerinin oluşumunu anlamada önemli bir rol oynamıştır. Üniversite ve akademik Türkoloji, bilimsel bir disiplinden öte, Rusya ile Doğu halkları arasında kültürel bir köprü vazifesi görmüştür. Volga (İdil) Bölgesi ve Urallarda, XIX. ve XX. yüzyıl başlarındaki Kazan oryantalizmi çerçevesinde Türkoloji alanındaki çalışmalar, Osmanlı çalışmaları, Arap çalışmaları, İran çalışmaları, İslam çalışmaları ve Moğol çalışmaları gibi diğer Doğu bilimleriyle yakından ilişkilendirilmiştir. Türkoloji, Kazan Üniversitesi'nin oryantalist disiplinlerinin disiplinlerarası ve bütüncül bir nitelik kazanmasında kilit bir rol oynamıştır.

XIX. ve XX. yüzyılın başlarındaki Kazan merkezli Rus Türkoloji okulu, tarihsel, filolojik ve karşılaştırmalı tarihsel yaklaşımların bir sentezine dayanıyordu. Bu okulun çalışmaları, Rus İmparatorluğu'nun Türk dünyasıyla olan jeopolitik, ticari, ekonomik ve kültürel bağlarının derinlemesine

incelenmesini sağlamıştır. Kazan'daki Türkiyat araştırmalarının gelişimi, çeşitli etkenlerin bir araya gelmesiyle mümkün olmuştur. İlk olarak, Rusya'nın Doğu ile olan dış politika ve ticaret bağları; ikinci olarak, imparatorluğun Türkçe konuşan bölgelerinde bilimsel ve kültürel gelişme hedefleri; üçüncü olarak ise Avrupa oryantalizm geleneğinin etkisi bu süreci şekillendirmiştir. Türk halklarının dili, kültürü ve tarihine yönelik özgün yaklaşımlar geliştiren ulusal bilim okulları, bu süreçte kritik bir rol oynamıştır. Sonuç olarak, XIX. yüzyıl sonları ve XX. yüzyıl başlarında Rusya'daki klasik Türkoloji hem ulusal bilim geleneği hem de dünya oryantalizmi bağlamında önemli bir olgu olarak öne çıkmış ve Türk halklarının kültürel ve tarihsel mirasının derinlemesine anlaşılmasına yönelik önemli bir temel oluşturmuştur.

Etik Beyan

"Tataristan'da Türkoloji Çalışmaları (XVIII. Yüzyılın Ortalarından 1917 Bolşevik Devrimine Kadar)" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Bu makale için etik kurul izni zorunluluğu bulunmamaktadır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Turkology Studies in Tatarstan (From the Mid-18th Century to the Bolshevik Revolution in 1917)*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. There is no requirement for ethics committee approval for this article.

Çatışma Beyanı

Çalışmada, diğer kişi ve kurumlarla yaşanabilecek herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Epistolyarnoye Naslediye Rossiyskikh Vostokovedov: Pisma Mirzy A. K. Kazem-Beka Akademiku Ch. D. Frenu (1831-1846) (Rus Oryantalistlerin Mirası Mektuplar: Mirza AK Kazem-Bey'in Akademisyen H. D. Fren'e (1831-1846) Yazdığı Mektuplar). (2015). R. M. Valeyev (Ed.), "Artifakt", 249 s.

Fren, Ch. D. (1834). *Khronologicheskiq Spisok Sta Sochineniy, Preimushestvenno Istoricheskogo i Geographicheskogo Soderzhaniya, na Arabskom, Persidskom i Turetskikh Yazykakh, Nedostayushikh Bolshey Chastyu v Yevropeyskikh Bibliotekakh, koikh Otyskaniyen v Originalakh ili v Verkhnikh Kopiyakh Sledovalo By Zanyatsa Dlya Polsy Nauk Osobam, Imeyushim Svoye Prebyvaniye na Vostoke (Çoğunlukla tarihi ve coğrafi içerikli Arapça, Farsça ve Türkçe dillerinde, çoğu Avrupa kütüphanelerinde eksik olan ve Doğu'da kaldıkları kişilerin bilimlerin yararına orijinallerinde veya doğru kopyalarında arama yapmaları gereken yüz eserin kronolojik bir listesi).* St. Petersburg: Tipographiya Akademii Nauk, 24 s.

Katanov, N. F. (1893). *Pisma iz Sibiri i Vostochnogo Turkestana (Sibirya ve Doğu Türkistan'dan Mektuplar).* Zapisli Imperatorskoy Akademii Nauk, cilt XXIII, 114 s., doi: https://viewer.rusneb.ru/ru/000199_000009_003633185?page=1, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Katanov, N. F. (1902). Manchzhursko-Kitayskiy "Li" (Zakon) na Narechii Turkov Kitayskogo Turkestana (Çin Türkistan Türklerine göre Mançu-Çince "Li"). *Zapiski Vostochnogo Otdeleniya Russkogo Arkhiologicheskogo Obshestva*, 31-75.

Katanov, N. F. (2011). *Ocherki Uryankhayskoy Zemli. Dnevnik Puteshestviya, ispolnennogo v 1889 Godu po Porucheniyu Imperatorskoy Akademii Nauk i Imperatorskogo Russkogo Geographicheskogo Obshestva (Uryankhai Topraklarında Denemeler. İmparatorluk Bilimler Akademisi ve Rus İmparatorluk Coğrafya Derneği adına 1889'da Gerçekleştirilen bir Yolculuğun Günlüğü).* Kyzyl, 383 s.

Katanov, N. F. (2017). *Puteshestviye po Sibiri, Dzungarii i Vostochnomu Turkestanu": Dnevnik Puteshestviya, Sovershennogo po Porucheniyu Imperatorskogo Russkogo Geographicheskoggo Obshestva v 1890 g. chlenom-sotrudnikom onogo N. F. Katanovym (Sibirya, Dzungaria ve Doğu Türkistan'da Yolculuk: Rus İmparatorluk Coğrafya Derneği adına 1890'da N.F. Katanov'un Tarafından Gerçekleştirilen Yolculuğun Günlüğü).* R. M. Valeyev (Ed.), Kazan: "Abakan", "Artifakt", 731 s.

Kazanskaya Lingvisticheskaya Shkola (Kazan Dil Okulu). M. Z. Zakiyev (Ed.), Tatarstanskoye Knizhnoye Izdatelstvo.

Kazanskaya Turkologicheskaya Shkola (Kazan Türkoloji Okulu). Kazan Federal Üniversitesi resmî web sitesi, doi: https://kpfu.ru/philology-culture/ktsh, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Kazem-Beck, Mirza A. (1846). *Obshaya Grammatika Turetsko-tatarskogo Yazyka (Tatar Türkçesinin Genel Grameri).* Kazan: Pechatano v Universitetskoy Tipographii,doi: https://books.google.ru/books?id=5QtFAAAAYAAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Khalfin, I. (1809). *Azbuka i Grammatika Tatarskogo Yazyka s Pravilami Arabskogo Chteniya, Prepodavayemiye v Imperatorskoy Kazanskoy Gimnazii (İmparatorluk Kazan Gimnazyumunda Öğretilen Arapça Okuma Kurallarına Sahip Tatar Dilinin Alfabesi ve Grameri)*. Kazan.

Khalfin, S. (1778). *Azbuka Tatarskogo Yazyka: s Obstoyatelnym Opisaniyem Bukv i Skladov (Tatar Dilinin Alfabesi: Harflerin ve Eklemelerin Ayrıntılı Bir Açıklaması)*. Pechashina pri Imperatorskom Moskovskom Universitet,doi: https://viewer.rusneb.ru/ru/000199_000009_003338535?page=1&rotate=0&theme=white, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Kononov, A. N. (1971), Istoriya Priobreteniya, Perevodov, Izdaniy i Izucheniya Sochineniy Abu-l-Gazi "Rodoslovnaya Turok" (Ebul-Gazi'nin "Türklerin Soyağacı" Adlı Eserinin Edinilmesi, Çevirileri, Baskıları ve İncelenmesinin Tarihi). G. A. Abdurakhmanov (Ed.), *Sovetskaya Turkologiya*, 1, 3-12, doi: https://files.preslib.az/projects/turklib/jurnallar/sovet_turkologiya/sovtur_1971_1.pdf, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Martynov, D. E., Martynova, Y. A. ve Khabibullina, E. K. (2019). Nauchnoye Puteshestviye N. F. Katanova v Vostochnuyu Sibir i Sintszyan v 1889-1892 godakh (N. F. Katanov'un 1889-1892 yıllarında Doğu Sibirya ve Sincan'a Bilimsel Yolculuk). *Noviy Istoricheskiy Vestnik*, 106-124, doi: https://cyberleninka.ru/article/n/nauchnoe-puteshestvie-n-f-katanova-v-vostochnuyu-sibir-i-sintszyan-v-1889-1892-godah, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Mrtkhuzina, G., Valeyev, R., Valeyeva, R. ve Bobkov, D. (2018). Sanskritologiya v Kazanskom Universitete: Istoki Zarozhdeniya i Perspektivy Vozrozhdeniya (Kazan Üniversitesi'nde Sanskritoloji: Doğuşun Kökenleri ve Rönesans Beklentileri). *Izvestiya Obshestva Arkheologii, Istorii i Etnographii pri Kazanskom Universitete*, 38(2), 118-130, doi: https://cyberleninka.ru/article/n/sanskritologiya-v-kazanskom-universitete-istoki-zarozhdeniya-i-perspektivy-vozrozhdeniya, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Nogmanov, A. I. (1998). Nikolay I: "Prepodavaniye Vostochnikh Yazykov v Kazanskom Universitete prekratit..." (1. Nikolay: "Kazan Üniversitesi'nde Doğu dillerinin öğretimini durdurun..."). *Gasyrlar Avyzy – Ekho Vekov,* 56-59, doi: https://cyberleninka.ru/article/n/nikolay-i-prepodavanie-vostochnyh-yazykov-v-kazanskom-universitete-prekratit, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Polozheniye o Prepodavanii v Pervoy Kazanskoy Gimnazii Vostochnikh Yazykov. Ukaaz Pravitelstvuyushemu Senatu (Doğu Dillerinin Birinci Kazan Gimnazyumunda Öğretime İlişkin Yönetmelik. Hükümet Senatosuna Kararname). (2 Ocak 1836). doi: https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/427001, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Radlov, V. V. (1907). *Narechiya Uryankhaytsev, Abakanskikh Tatar i Karagasov. Obraztsy Narodnoy Literatury Turkskikh Plemen (Uryankhayler, Abakan Tatarları ve Karagasilerin Zarfları: Türk Kabilelerinin Halk Edebiyatı Örnekleri)*. N. F. Katanov (çev.), St. Petersburg,doi: https://viewer.rusneb.ru/ru/001306_000045_3215E5EA-75F9-40A7-B97A-74303F6E7E6E?page=1&rotate=0&theme=white, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Raphikova, G. E. (1998). Pervoy Kazanskoy Muzhskoy Gimnazii – 240 let (Birinci Kazan Erkek Gimnazyumunun 240 yılı). Gasyrlar Avyzy – Ekho Vekov, 200-204, doi: https://cyberleninka.ru/article/n/pervoy-kazanskoy-muzhskoy-gimnazii-240-let, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Tatarskiye Prosvetiteli, ikh Kritika Reaktsionnogo Musulmanskogo Bogosloviya i Prosvetitelstva (Tatar Aydınları, Gerici Müslüman Teolojisi ve Aydınlanmasına Eleştiriler). *Ozlib.com,* doi: https://ozlib.com/983210/sotsium/tatarskie_prosvetiteli_kritika_reaktsionnogo_musulmanskogo_bogosloviya_prosvetitelstva, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Turkologiya v Kazanskom Universitete: Proshloye i Nastoyasheye (Kazan Üniversitesi'nde Türkoloji: Geçmiş ve Bugün). *Vuzlit.com*, doi: https://vuzlit.com/826632/tyurkologiya_v_kazanskom_universitete_proshloe_i_nastoyaschee, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Valeyev, R. M. (2015). Iz Istorii Rossiyskoy Turkologii: Pisma N. F. Katanova V. V. Radlovu (konets XIX – nachalo XX v.) (Rus Türkolojisi Tarihinden: N. F. Katanov'un V.V. Radlov'a Mektupları (XIX. yy. sonu — XX. yy. başı). *Elektronnaya Biblioteka Antropologii i Etnographii im. Petra Velikogo (Kuntskamera),* 46-61, doi: https://lib.kunstkamera.ru/files/lib/978-5-88431-291-3/978-5-88431-291-3_04.pdf, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Valeyev, R. M. ve Arslanova, A. A. (2008). Traditsii Izucheniya Iranskoy Kultury v Kazani (XIX – 20-ye gg. XX vv) (Kazan'da İran Kültürünü İnceleme Gelenekleri-XIX- XX yy. 20. yılları). *Iran-name,* 3(7), 1-17, doi: https://kpfu.ru/docs/F572972299/Iran2008.pdf, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Valeyev, R. M. ve Martynova, D. E. (2009). *Rossiyskoye Universitetskoye Vostokovedeniye v Arkhivnykh Dokumentakh: Tsentry, Sobytiya i Naslediye (XIX – nach. XX vv.) (Arşiv Belgelerine göre Rus Üniversitelerinde Doğu Çalışmaları: Merkezler, Etkinlikler ve Miras (XIX- XX yüzyılların başı)*. Kazan Devlet Üniversitesi.

Valeyev, R. M., Abidulin, A. M. ve Valeyeva, R. Z. (2016). Universitetskaya Tyurkologiya v Kazani: Traditsiyi i Novatsii (XIX – nach. XX vv.) (Kazan'da Üniversite Türkolojisi: Gelenekler ve Yenilikler (XIX – XX yy. başı). *Ucheniye Zapiski Krymskogo Federalnogo Universiteta imeni V. I. Vernadskogo*, 2(68), №3, 101-116, doi: https://cyberleninka.ru/article/n/universitetskaya-tyurkologiya-v-kazani-traditsii-i-novatsii-hih-nach-hh-vv, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Valeyev, R. M., Valeyeva, R. Z. ve Zyapparov, T. I. (2014). Mirza A. K. Kazem-Beck i Yego Rol v Izuchenii Arabo-Musulmanskikh Istochnikov (Mirza A. K. Kazem Bey ve Arap-Müslüman Kaynaklarının İncelenmesindeki Rolü). *Vestnik Kazanskogo Gosudarstvennogo Universiteta Kultury i Iskusstv,* 1-5, doi:

https://cyberleninka.ru/article/n/mirza-a-k-kazem-bek-i-ego-rol-v-izuchenii-arabo-musulmanskih-istochnikov, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Yılmaz, S., Gömeç, S. Y., Yılmaz, V. B. (2022). *Çağdaş Türk Dünyası Tarihi El Kitabı.* Ankara: Nobel Yayınları. 523 s.

Yılmaz, S. (2020). *Rusya'da Kimler Yaşıyor?, Rusya Federasyonu Etnik Atlası*. Ankara: T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 468 s.

Yusupova, A. Sh. (2019). Turkologiya v Kazanskom Universitete: Istoriya i Sovremennost (Kazan Üniversitesi'nde Türkoloji: Tarih ve Modernite). N. N. Telitsina (Ed.), *XX Ivanovskiye Chteniya Uluslararası Bilim Konferansı*, 211-220, doi: https://turkicstudies.ru/wp-content/uploads/2018/01/XX_Ivanovskie_chteniya_2019_.pdf#page=211, Erişim Tarihi [13.01.2025]

Zamaletdinov, R. R. ve Galiullina, G. R. (2016). Kazanskaya Turkologicheskaya Shkola i Yeye Vidniye Predstaviteli (Kazan Türkoloji Okulu ve Önemli Temsilcileri). *Tatarskoye Yazykoznaniye v Kontekste Yevraziyskoy Gumanitarnoy Nauki*, 3-8.

Zotcheva, T. (2019, 12 Eylül). "Yedinozhdy i Navsegda: 250 let v Rossii Otkryli Perviy Tatarskiy Klass" (Bir Kez ve Sonsuza Kadar. Rusya'da 250 yıldır ilk Tatar sınıfını açtılar). *Argumenty i Fakty,* doi: https://kazan.aif.ru/society/details/edinozhdy_i_navsegda_250_let_v_rossii_otkryli_pervyy_tatarskiy_klass, Erişim Tarihi [13.01.2025]

EXTENDED ABSTRACT

The development of Turkic studies in Russia began in the 18th century and is closely connected with the expeditions in regions such as the Volga region, Siberia, the Caucasus and Central Asia (Turkestan). The systematic study of these regions was carried out as part of the diplomatic, economic and administrative strategic interests of the Russian Tsardom. Among the first steps in the field of Turkic studies in Tatarstan is the initiation of the teaching of the Tatar language in the First Kazan Gymnasium by the decree of Tsarina Catherine II in 1768. This initiative was carried out with the aim of developing diplomatic relations with the Ottoman Empire and strengthening interactions with the Turkic peoples within the borders of Russia. In the 17th and 18th centuries, the Ottoman Empire became the main focus of Turkic studies in the West. This interest stemmed from the strategic geographical location of the Ottoman Empire and its influence on international politics and economy. Until the second half of the 19th century, the main axis of linguistic Turkic studies in the West focused solely on Ottoman Turkish. This situation clearly reflects the interest of the European orientalists of the period in a powerful Turkish state like the Ottoman Empire. However, from the second half of the 19th century onwards, European scientists turned to different Turkic languages such as Chuvash, Tatar, Kumyk and Uyghur. Thus, a new paradigm emerged in Turkology that highlighted linguistic and cultural diversity. The early studies of Turkology played an important role in shaping its development as a scientific discipline not only in terms of academic contributions but also in terms of preserving and transmitting cultural heritage. This process, which began in Kazan, continues to make Tatarstan's scientific heritage in the field of Turkology visible in the international arena. The period between the 18th and 19th centuries is a period when Turkology studies, which began with studies focusing on the Ottoman Empire, evolved into a broader and deeper study of Turkic languages and cultures. In Russia in particular, this discipline gained significant momentum thanks to both imperial strategies and the activities of leading scientists in Kazan. This period laid a solid foundation for the future development of Turkology both in Russia and internationally. In the first half of the 19th century, the First Kazan Gymnasium, one of the most important secular educational institutions in Russia, became a center for the targeted and systematic teaching of Oriental languages, including Turkish. This educational institution provided a basic pedagogical infrastructure for the formation and development of Oriental Studies and Turkology at Kazan University, and also played a major role in the formation of the Kazan Turkology Scientific School, one of the world's leading research centres working on the history and current status of Turkic languages and literatures. Names such as Sagit Halfin, İshak Halfin and İbrahim Halfin played important roles in this process. They laid the foundations of Tatar philology and Turkology. Turkology studies that began at the university in Kazan formed the basis of Turkology research in St. Petersburg. This period was a critical one in terms of Kazan University's contribution to Turkology and Oriental studies literature not only in Russia but also worldwide. Among the important names that contributed to the development of Kazan Orientalism in Tatarstan were scientists such as Ch. Fren, F. Erdman, I. Halfin, A. Kazem-Bek, I. Berezin, N. Ilminsky, N. Katanov and V. V. Radlov. The departments specializing in Muslim East and Central Asian studies at Kazan University played a leading role not only in the field of education but also in the formation of Russian Orientalism as an independent branch of science. Among the leading Kazan Orientalists of the period were Ch. D. Fren, I. Halfin, F. Erdman, A. Kazem-Bek, I. N. Berezin, V. F. Dittel and I. F. Gottwald. The importance of Turkology as a multidisciplinary branch of science increased thanks to the work of representatives of the

Kazan School of Orientalists. These works covered a wide range of subjects, from philology and ethnography to numismatics and history. The St. Petersburg Academy of Sciences and universities played an important role in the development of Orientalism. In the 19th century, a select group of Kazan scientists represented the Kazan School throughout Russia. Among them were such prominent scientists as the Arabist and numismatist Ch. D. Fren, his student A. O. Yartsov, the Turkologist and Iranist A. Kazem-Bek, the researcher of the Mongolian O. M. Kovalevsky and the Sinologist V. P. Vasilyev. Since 1870, prominent Kazan scientists – the Arabist I. F. Gottwald, the missionary and Turkologist N. I. Ilminsky, the linguist and ethnographer V. V. Radlov – began to work at the St. Petersburg Academy of Sciences. The studies conducted by orientalists of Kazan University in Tatarstan cover not only the linguistic diversity of the Turkic peoples, but also the history and cultural heritage of such regions as the Volga (Vil) Region, the Urals, Siberia, the Caucasus, Central Asia (Turkestan) and the Crimea. Such prominent figures as Sh. Marjani, K. Nasyri, R. Fakhretdinov, G. Akhmarov and Z. Velidi Togan made great contributions to the development of oriental and Turkic studies. These studies paved the way for a scientific understanding of the Turkic civilization; important results were obtained by linguistic, ethnographic, epigraphic and historical-philological methods. At the end of the 19th and in the early 20th century Kazan-based Russian Turkology school was based on a synthesis of historical, philological and comparative historical approaches. The studies of this school provided an in-depth examination of the geopolitical, commercial, economic and cultural ties of the Russian Empire with the Turkic world. In this article, we will examine in general terms how Turkology emerged as a science through Turkology studies conducted in Tatarstan during the Russian Tsardom. Today, with the institutionalization of the Organization of Turkic States, the Tatarstan model for the development of Turkology in member states can be examined.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3

MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3

ISSN: 1694-7215

Research Paper / Araştırma Makalesi

Türkçe ve Rusça Eşdeğer Deyimler

Leyla BABATÜRK[1]

Öz

Dil, bir halkın hem kültürünü hem de manevî mirasını yaşatan bir olgudur. Dolayısıyla dilde kültürel kodlar bulunur ve bu kodlar aslında ulusal bilişsel sistem açısından bir bilgi hazinesi değerindedir. Deyimler ise bir milletin hem kültürel özelliklerini hem de ulusal düşünce tarzı ile kavramsallaştırma sürecini yansıtan anlatım unsurlarıdır. Hem Rusça hem Türkçe anlatım açısından oldukça güçlü iki dil olduğu için ikisinde de yeni kavramları karşılamak üzere bir takım kelime grupları kullanılır. Bu tür kelime gruplarında sözcükler genellikle leksik anlamları dışında kullanılmaktadır. Bu kullanıma dil kullanıcılarının düşünce tarzını yansıttığı için "kavramsallaştırma" adı da verilebilir. Bilindiği gibi Rusça ile Türkçe tipolojik açıdan iki farklı dil olmalarının yanı sıra birbirinden oldukça farklı iki kültürü, iki farklı millî düşünce sistemini ve farklı dünya algılarını da temsil etmektedir. Bu nedenle akraba olmayan iki dilde kullanılan ve aynı yapıda olup benzer anlam taşıyan deyimlerin tespit edilerek analiz edilmesi bu çalışmanın temel amaçlarından biridir. Araştırma esnasında nitel araştırma yöntemlerinden belge taraması, anlam içeriği analizi ve karşılaştırmalı analiz kullanılmıştır. Araştırma sonucunda hem yapı hem de anlam açısından Rusça ve Türkiye Türkçesindeki eşdeğer sayılabilecek deyimlerin oranları, kullanım amaçları ve bu deyimlerin hangi yollarla edinildiği değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: deyim, Rusça, Türkçe, tam eşdeğerlilik, anlamsal eşdeğerlilik.

Equivalent Idioms in Russian and Turkish

Abstract

Language is a phenomenon that keeps alive both the culture and spiritual heritage of a people. Therefore, there are cultural codes in language and these codes are actually a treasure trove of information for the national cognitive system. Idioms, on the other hand, are elements of expression that reflect both the cultural characteristics of a nation and the national way of thinking and conceptualisation process. Since both Russian and Turkish are two very powerful languages in terms of expression, a number of word groups are used in both languages to meet new concepts. In such word groups, words are generally used outside their lexical meaning. This process can also be called 'conceptualisation' as it reflects the way of thinking of language users. As it is known, Russian and Turkish are not only two typologically different languages, but also represent two quite different cultures, two different systems of national thought and perception of the world. Therefore, the main purpose of this research is to identify and analyse the idioms used in two unrelated languages, which have the same structure and similar meaning. During the research, various linguistic research methods such as document scanning, semantic content analysis, comparative analysis were used. It has been determined that there are a considerable number of idioms that can be considered equivalent in terms of both structure and meaning in Russian and Turkish, many of them are used to evoke universal concepts or similar connotations in the users of both languages, and some of them have been brought into both languages through word-for-word translation from foreign languages.

Keywords: Idiom, Russian, Turkish, Full equivalence, Semantic equivalence

Atıf İçin / Please Cite As:

Babatürk, L. (2025). Türkçe ve Rusça eşdeğer deyimler. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 922-932. doi:10.33206/mjss.1663785

Geliş Tarihi / Received Date: 23.03.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 15.04.2025

[1] Öğrt. Gör. Dr.- Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, leyla.babaturk@manas.edu.kg,

ORCID: 0000-0003-3397-8147

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Deyimler, birçok bilim insanının belirttiği gibi (Aksoy, 1988; Yüceol Özezen, 2001; Aksan, 1998; Yurtbaşı, 1996 vd.) en az iki kelimeden oluşan ve anlatımı güzelleştirmek ve güçlendirmek için kullanılan kalıp ifadelerdir. Ö. A. Aksoy'a göre deyimler ve atasözleri kendine has deyiş güzelliğine, anlatım gücüne ve kavram zenginliğine sahip oldukları için ulusaldır ve çok önemli dil unsurlarıdır. (Aksoy, 1988, s. 131). Dolayısıyla deyimlerin dilden dile farklılık gösterdiği de göz ardı edilmemesi gereken bir husustur. Belli bir durumu tanımlamak için bir dilde kullanılan kalıbın anlamı başka bir dilde bambaşka bir kalıp ya da kalıplarla karşılanabilir (Aksan, 1998, s. 36).

M. Yurtbaşı, "*Örnekleriyle Deyimler Sözlüğü*"nün ön sözünde deyimleri tanımlarken "donmuş, kemikleşmiş halde" ifadelerini kullanır (Yurtbaşı, 1996, s. 1). Bu da deyimlerin temel yapısal özelliğinin bölünmez bir dilsel dizge olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle tüm deyimler aslında kalıplaşmış ifadelerdir ve bu nedenle yapılarında bir değişiklik yapmak mümkün değildir. Örneğin, "*kırmızı etek*" sıfat tamlamasında hem "kırmızı" hem "etek" kelimelerin yerine başka kelimeler kullanılabilir (kırmızı elma, kırmızı çatı, uzun etek, annemin eteği) ve kelime grubundaki sözcüklerin taşıdıkları anlamlarda herhangi bir değişiklik gözlemlenmez çünkü bu kelime grubundaki sözcükler kendi temel leksik anlamlarını taşımaktadırlar ve başka kelimelerle kullanıldığında onları korurlar. Deyim ise yeni bir anlam karşılamak ya da bir durumu tasvir etmek üzere bir araya getirilmiş iki veya daha çok kelimeden oluşan dilsel bir dizgedir. Deyim grubunu oluşturan kelimeler taşıdıkları temel leksik anlamların dışına çıkarak ya belirli bir çağrışıma ya da arka plan bilgilerine dayalı anlam bütünlüğü oluştururlar. Örneğin, "*etekleri zil çalmak*" kelime grubunu oluşturan üç kelimeden birinin bile yerine başka kelime koyduğumuzda dil bilgisel açıdan doğru fakat anlamsız bir ifade (*pantolonları zil çalıyor*, *etekleri gitar çalıyor* vs.) ortaya çıkar ve iletilen mesaj alıcı tarafından algılanamaz. Böylece şunu söylemek mümkündür: Bir ifade dil bilgisi açısından doğru olsa bile her zaman anlamlı bir bütünlük oluşturup doğru algılanamayabilir.

Deyimler üzerine yapılmış hem Türkçe hem Rusça çok sayıda bilimsel yayın bulunmaktadır. A. Kanmaz'ın çalışmasında (Kanmaz, 2001) 1960'lı ila 2020'li yılları arasında kaleme alınan Türkçe deyimler ile ilgili bilimsel makaleler hakkında bibliyografik bilgi mevcuttur. Türkçe olarak kaleme alınmış çalışmalarda "deyim" teriminin tanımı ve deyimlerin farklı açılardan sınıflandırılması ön plana çıkmaktadır.

Türkçe deyimlerin sınıflandırılması ile ilgili çalışmalardaki tasnif büyük ölçüde deyimlerin yapısal özelliklerine dayanmaktadır. Sinan Gönen (Gönen, 2008) "*Deyimlere Şekil Açısından Bir Yaklaşım Örneği*" adlı makalesinde deyimlerin yapısal özelliklerine değinmiş ve Türkçe deyimlerin manzum ve mensur olduğunu vurgulamıştır. Fakat yazarın araştırma yaptığı deyimlerin hepsi cümle halinde kullanıldığından ve belirli bir yargı bildirdiğinden deyim-atasözü niteliği taşıdığını belirtmek gerekir. Türkçe deyimlerin sınıflandırılması ile ilgili Ö. A. Aksoy'un ve M. Yüceol Özezen'in makaleleri dikkate değerdir. Ö. A. Aksoy deyimlerin kavramsal özelliklerine, onları atasözlerinden ayıran yapısal ve anlamsal farklara değindikten sonra Türkçe deyimleri morfolojik özelliklerine göre sınıflandırır ve deyimlerin yabancı dile çevrilebilme sorunu ile ilgili kendi fikirlerini açıklar (Aksoy, 1988, s. 132-144). Yazar bazı deyimlerin yapısal özelliklerinden dolayı (deyimin bir atasözü gibi cümle hâlinde kullanılabilmesi) "deyimsi" ifadesi kullanmaktadır (Aksoy, 1988, s. 141-144). M. Yüceol Özezen'in makalesinde ise Türkçe deyimlerin daha önce yapılan çalışmalardaki tanımlama ile sınıflandırmalarının değerlendirilmesi yapılmıştır (Yüceol Özezen, 2001).

Türkçe ve Rusça Deyimlerin Karşılaştırmalı İncelenmesi

Hem Türkçe hem Rusça deyimler üzerine çok sayıda bilimsel araştırma yapılmıştır. Bu çalışmaların bir kısmı Türkçe ve Rusçadaki deyimlerin bilimsel açıdan ele alındığı karşılaştırmalı çalışmalardır. Türkçe ve Rusça deyimler, K. Yıldırım ve A. Ş. Baştabak'ın makalelerinde karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. K. Yıldırım makalesinde "kader" (судьба) kavramı içeren deyimleri anlam açısından incelemiş ve "kader" kavramının insanların bilincinde "baş eğilmesi, kabul edilmesi" gereken bir şey algısını yarattığını vurgulayıp Türkçede söz konusu kavramı içeren deyimlerin hem olumlu hem olumsuz bağlamlarda kullanılabildiğine değinmiştir (Yıldırım, 2016, s. 80). A. Ş. Baştabak ise makalesinde hayvan adlarını içeren Türkçe ve Rusça deyimleri eşdeğerlilik açısından sınıflandırmaya çalışmıştır. Makalede derlenen deyimler tam eşdeğer, kısmi eşdeğer, eşdeğeri olmayan deyimler diye üç grupta incelenmiştir (Baştabak, 2016). M. Kasumova ve S. Söyler'in birlikte kaleme aldıkları makalelerinde ise Türkçe ve Rusça deyimlerdeki "İlah" kavramı incelenmiştir. Fakat makalenin araştırma örneklemini Rusça ve Türkçedeki "Allah" kelimesi içeren kalıp sözler oluşturmuştur. Ayrıca derlenen birkaç Türkçe kalıp sözün Rusça eşdeğerleri verilmiş ve "ilah" kavramının uluslararası konsept alanı oluşturduğu belirtilmiştir (Kasumova vd. 2014).

M. Kasumova'nın "*Библеизмы и кораническое фразеологизмы в русском и турецком языках*" (Rusça ve Türkçedeki İncil ve Kur'ân Kökenli Deyimler) adlı bir diğer makalesi ise oldukça ilgi çekici ad taşımasına rağmen çalışmanın içerisinde sadece bu tür deyimlerin tanımı yapılmış ancak çalışmada deyimler ile ilgili hiçbir örneğe yer verilmemiştir (cyberleninka.ru 2024).

L. Gudkov ile H. Saraç birlikte kaleme aldıkları "*Дорога» («yol») в природно-ландшафтном коде культуры русского и турецкого языков*" (Rus ve Türk Dillerinin Doğal Peyzaj Kültür Kodunda Yol) adlı makalede yol kelimesini içeren Türkçe ve Rusça deyimler karşılaştırmalı olarak değerlendirilmese de makale iki kültür açısından oldukça ilgi çekici bilgiler içermektedir. L. Gudkov ile H. Saraç makalede "yol" kavramı ile ilgili deyimlerin insanların bilincinde uyandırdığı çağrışımları ve sözcük ile kavram arasındaki bağı tespit etmeye yarayan iki dilin kültürel analizini yapmıştır. Benzer yapıda 2019'da H. Saraç'ın yazdığı makale de karşılaştırmalı bilişsel dilbilim araştırmaları için önemli kaynaklardan biridir. Yazar Rusça ve Türkçedeki "dağ" kavramını deyimler aracılığıyla incelemiştir. İki dilde "dağ" kavramının nelerle özdeşleştiğini bağımsız bir şekilde belirtmiş ve söz konusu kavramın iki kültür mensuplarında nelerle bağdaştırıldığının ortak ve farklı yönlerini belirtmiştir (Saraç, 2019).

Sözcüklerin söylemde taşıyabildikleri anlamlar ancak farklı bağlamlarda ortaya çıktığı için deyim grubu olarak adlandırılan dilsel dizgelerin anlam bilimsel ve işlevsel açıdan incelenmesi çeviribilim açısından son derece önem taşımaktadır. Değişik bağlamlarda sözcüklerin çok anlamlılığı daha net gözlemlenebildiği için deyimler sözcüklerin yan ve mecaz anlamların tespiti için uygun bir bağlam oluşturmaktadır. "Oîkumak" fiili başlı başına insanların bilincinde "yazılmış bir şeyi anlamak için yapılan eylem" olarak algılanır. Fakat "üniversite" sözcüğü ile birlikte söylemde kullanıldığında anlamı değişir (*Ali üniversitede okuyor.*). Aynı fiil "bela" kelimesiyle birlikte kullanıldığında durum daha da farklılaşır. Çünkü "üniversitede okumak" ile "bela okumak" yukarıda bahsi geçen iki farklı kelime grubunu oluşturmaktadır: İlkini oluşturan kelimelerin yerine başka kelimeler kullanılabiliyorken (*yüksek lisansta okuyor; okulda okuyor*), diğerlerinde böyle bir durum söz konusu olamaz. Bu da deyimlerin bölünmez ve "kemikleşmiş" yapılarının olduğunu bir daha ispatlamaktadır.

Bilindiği gibi Rusça ve Türkçe tipoloji bakımından farklı ve akraba olmayan iki dil olmasına rağmen iki dilde içerdikleri sözcükler açısından benzerlik gösteren deyimler kullanılmaktadır. Mevcut makalede Türkçede ve Rusçada bu açıdan eşdeğer sayılan deyimler incelemeye alınmıştır. Dolayısıyla mevcut çalışmanın temel amacı, Rusça ve Türkçede kullanılmakta olan deyimler arasında Türkçe-Rusça çevirilerde birbirinin yerini tutabilen ve eşdeğer sayılabilenleri tespit edip anlamsal açıdan eşdeğerlik seviyesini belirlemektir. Bunun için incelenen deyimlerin Türkçe ve Rusçadaki kavramsal çerçeveleri belirlendikten sonra aralarındaki anlamsal ve işlevsel değişikliklerin olup olmadığını tespit etmek için deyimlerin iki dilde kullanılan bağlam analizi yapılmıştır. Yapılan araştırmanın evrenini iki dildeki birbirinin eşdeğerini içeren Rusça-Türkçe deyim sözlükleri (Baştabak, 2005; Sarıgöz vd. 2023), örneklemini ise içerdikleri sözcükler açısından benzerlik gösteren Türkçe deyimler ve Rusçadaki eşdeğerleri oluşturmuştur. Ayrıca Rusça ile Türkçe arasındaki morfolojik farklılık gösteren deyimler de örnekleme dâhil edilmiştir. Türkçe ve Rusça deyimlerin anlamları https://sozluk.gov.tr; https://kartaslov.ru ve https://rus-phraseology-dict.slovaronline.com internet sitelerinden teyit edilmiştir.

Yöntem

Yapılan araştırmada temel bilimsel araştırma yöntemlerinden doküman taraması, derleme, betimsel analiz, karşılaştırmalı analizin yanı sıra dilbilimsel araştırma yöntemlerinden bileşenler analizi ve bağlam analizi de kullanılmıştır. Araştırma evrenini oluşturan Türkçe-Rusça deyim sözlükleri tarandıktan sonra içerdikleri sözcükler ve anlam açısından eşdeğer sayılabilen Türkçe ve Rusça deyimler derlenmiştir. Derlenen deyimler karşılaştırmalı analiz temelinde iki temel grup halinde incelenmiştir. Deyimlerin taşıdıkları anlamlar, bileşenler ve bağlam analizleri aracılığıyla belirlendikten sonra Türkçe ve Rusça deyimlerin anlamsal açıdan benzer ve farklı tarafları belirlenmiştir. Böylece hem Rusçada hem Türkçede tam ve kısmî eşdeğer sayılabilen deyimlerin anlamsal açıdan eşdeğerliliği ispatlanıp kullanım özellikleri belirtilmiştir.

Bulgular

Yapılan araştırma esnasında Türkçe-Rusça deyim sözlüklerinden derlenen deyimler iki temel grup halinde incelenmiştir: 1) Tam eşdeğer olan Türkçe ve Rusça deyimler 2) Kısmî eşdeğer olan Türkçe ve Rusça deyimler. Birinci gruba hem Türkçede hem Rusçada kullanılmakta olan birçok deyimin hem içerdikleri sözcükler hem anlamsal açıdan tam eşdeğer sayılabilen ve çeviride birbirinin yerine kalıp hâlinde

kullanılabilen deyimler girmiştir. İkinci gruba ise aralarında morfolojik farkı olanlar veya taşıdıkları anlamlar arasında tam eşdeğerlilik gözlemlenemeyen deyimler girmiştir.

1. Tam Eşdeğer Olan Rusça ve Türkçe Deyimler

Hem içerdikleri sözcükler hem taşıdıkları anlam açısından tam eşdeğer sayılabilen Türkçe ve Rusça deyimlerin çoğu, aralarında birleşik fiil grubu (mastar ile bitenler) şeklindekilere rastlansa da ya sıfat tamlaması ya da belirtisiz isim tamlaması şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu gruba giren deyimleri söylemde üstlendikleri işlevler bakımından alt gruplara bölmek mümkündür.

Terimler

Rusça ve Türkçede tam eşdeğer sayılabilen deyimlerin bir kısmının farklı bilim alanlarında kullanılmakta olan terimler olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle söz konusu deyimler hem içerdikleri sözcükler hem de anlam açısından herhangi bir farklılık göstermemekle birlikte belirli bağlamlarda kullanılan tek anlama sahiptir. Bu gruba ekonomi ile ilgili "döner sermaye" (оборотный капитал), "kara borsa" (черная биржа), "piyasa ekonomisi" (рыночная экономика), "yıllık ortalama gelir" (среднегодовой доход) vs., askerî terimler olarak "ateş açmak" (открыть огонь), "savaş açmak" (открыть войну), "barut fıçısı" (пороховая бочка), "seferberlik ilan etmek" (объявить мобилизацию); diğer bilimsel alanlarda kullanılanlar "açık oturum" (открытое заседание), "sözlü sınav" (устный экзамен) gibi deyimler girmektedir. Bu gruba giren deyimler iki dilde de tek anlamı karşılamak üzere kullanıldıkları için kelimesi kelimesine çevrilebileceğini belirtmek gerekir.

Yeni Kavramlar

Tam eşdeğer olup Rus ve Türk kültüründe rastlanmayan ve muhtemelen yakın geçmişte ortaya çıkan yeni kavramları karşılamak üzere Türkçe ve Rusçada kullanılan birtakım deyimler tespit edilmiştir. Bunların arasında "çetin ceviz" (крепкий орешек), "serseri kurşun" (шальная пуля), "formda olmak" (быть в форме), "yardım elini uzatmak" (протянуть руку помощи), "kara listeye almak" (включить в черный список), "davetsiz misafir" (незванный гость), "yakın akraba" (близкий родственник); "aslan payı" (львиная доля), "kura çekmek" (тянуть жребий) gibi deyimleri görmek mümkündür. Bu gruba giren deyimler iki dilde aynı anlamları karşıladıkları için kullanım bağlamları da aynıdır. Dolayısıyla söz konusu deyimlerin kelimesi kelimesine çevirisi hedef dilde herhangi bir anlam kaybına yol açmaz.

Mecazî Anlam Bildiren Deyimler

Bu alt gruba hem Rusçada hem Türkçede kullanılan ve gerçek fizikî eylem ile o eyleme dayalı çağrışım temelinde oluşan mecazî anlamı dile getiren deyimler girmektedir. Söz konusu deyimleri oluşturan sözcükler, bağlama göre iki dilde hem temel anlamlarını koruyabilmekte hem de aynı mecazî anlam ifade edebilmektedirler. *Çocuk* ***ateşle oynuyordu*** (Ребенок **играл с огнем**) cümlesinde gerçek fizikî eylem dile getirilirken "*Ты же знаешь свою мать! Хватит* ***играть с огнём****!" (Annenin karakterini biliyorsun!* ***Ateşle oynama****yı bırak!)* cümlesinde "ateşle oynamak" (играть с огнем) deyimi aracılığıyla tehlikeli bir durum dile getirilmektedir. Böylece "ateş" kelimesi tehlikeyi "oynamak" fiili ise "insanın yaptığını" iki dilde simgelediği için "*ateşle oynamanın*" kötü sonuçlanabileceği (yangın çıkma tehlikesi) ile ilgili iki kültür mensuplarının bilincinde benzer çağrışımlar uyandırır.

Yapılan araştırmada Türkçe ve Rusçada "diş" ve "ağız" sözcükleri içeren deyimlerin de tam eşdeğer olduğu ve iki dilde hem fizikî eylem hem mecazî anlam dile getirmek üzere kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu tür deyimlere şunlar örnek verilebilir: "diş bilemek" (точить зуб): *Köpeğim kabloları kemirerek* ***diş bilemeyi*** *severdi / Моя собака любила* ***точить зубы****, грызя провода; Tanıdıklarımın arasında bana* ***diş bileyenler*** *de varmış / Среди моих знакомых были и те, кто* ***точил*** *на меня* ***зуб.)****;* "diş göstermek" (показывать зубы): *Çocuğum ağzını açıp çürüyen* ***dişini gösterdi****. / Ребенок, открыв рот,* ***показал*** *сгнивший* ***зуб****. Belki de fazla uzatmadan dişini gösterip lider olmaya çalışır/ Возможно не будет долго думать и,* ***показав зубы,*** *постарается стать главной.;* "dişini sıkmak" (стиснуть зубы): *А что нам остаётся, кроме как* ***стиснуть зубы****? /* ***Dişimizi sıkmaktan*** *başka ne yapabiliriz ki?* "Ağzını açmamak" (не открывать рот): Çocuk bir türlü **ağzını açmıyordu**/ Ребенок никак не открывал рот. Düğünde hiç **ağzını açmamıştı**/ Он за всю свадьбу не вымолвил ни слова.

Bu alt gruba giren deyimler hem Rusçada hem Türkçede aynı anlamı karşıladıkları ve benzer çağrışımları uyandırdıkları için deyimlerin kelimesi kelimesine çevirisi hâlinde herhangi bir anlam kaybı oluşmaz.

2. Kısmî Eşdeğer Olan Rusça ve Türkçe Deyimler

Bilindiği gibi bir sözcüğün taşıdığı anlamlar ancak farklı bağlamlarda ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla bir kelime grubu oluşturan sözcükler, birbirinin anlamını belirler demek mümkündür. Deyimler, farklı sözcüklerin bir araya gelmesiyle oluşturuldukları ve kalıp şeklinde kullanıldıkları için sözcüklerin yan anlamlarının belirlenmesinde önemli rol üstlenmektedirler. Bu durum özellikle Türkçe deyimlerdeki fiillerin taşıdıkları anlamlarda daha net gözlemlenmektedir. Türkçe deyimlerdeki bir fiilin anlamları hedef dilde farklı filler aracılığıyla karşılanabilir. Bu durumun en güzel örneği "hükûmeti devirmek" (свергнуть власть) (*İsyancılar* ***hükûmeti devirmek*** *istiyorlardı / Мятежники хотели* ***свергнуть власть***) ve "dağları devirmek" (свернуть горы) (*Onun için* ***dağları devirmeye*** *hazırdı / Он готов был ради нее* ***всернуть горы***) deyimlerindeki "devirmek" fiilidir.

Deyimler kalıp hâlinde kullanıldıkları için çeviri esnasında taşıdıkları anlam, aynı anlamı karşılamak üzere hedef dilde kullanılan başka bir deyim ile verilebilir. Anlam açısından eşdeğer olan Türkçe ve Rusça deyimlerin arasında içerdikleri sözcükler bakımından fark sıkça gözlemlenmektedir. Dolayısıyla Türkçe deyimin Rusçadaki eşdeğeri, Türkçe deyimdeki sözcüklerin Rusçadaki temel leksik anlamlarının karşılığını bildiren sözcükler olmayabilir. Örneğin, "toprağa vermek" (предать земле) (*Çatışmada şehit düşenleri* ***toprağa verdik*** */ Мы* ***предали земле*** *тела погибших в бою*) deyiminin Rusça eşdeğerinde vermek fiilinin eşdeğeri "дать / отдать" fiili değil de bu bağlamda uygun ve deyimde "vermek" anlamı karşılayan "предать" fiili kullanılmaktadır. Eğer söz konusu deyimin Rusçadaki eşdeğeri, Türkçedeki "vermek" fiilinin anlamını karşılayan başka fiillerle oluşturulsaydı (дать /отдать земле) Rus kültürü mensuplarının bilincinde istenilen çağrışımı uyandıramazdı. Deyimlerin çevirisinde bu hususa özellikle dikkat etmek gerekir.

Benzer kullanıma bir başka örnek Türkçedeki "sevgi beslemek" deyiminde karşımıza çıkmaktadır. "Sevgi beslemek" Türkçe deyimini Rusçaya "кормить любовь" olarak çevirmek mümkün değildir. Söz konusu deyimin Rusçadaki eşdeğeri "beslemek" anlamını karşılayan "питать" fiilini içeren "питать любовь" deyimidir (*Ona karşı* ***sevgi besliyordu*** */ Он* ***питал*** *к ней* ***любовь***). "Parmağını bile oynatmamak" (пальцем не пошевелить) deyiminde "oynatmak" fiili bağlama göre yan anlamda kullanılmaktadır. Dolayısıyla Rusça deyimde Türkçe deyimdeki gibi "kıpırdatmak" anlamını karşılayan fiil kullanılmıştır: *Onun için* ***parmağımı kıpırdatmam*** */ Ради него я и* ***пальцем не пошевелю***. "Tahta çıkmak" (взойти на трон) deyiminde de bağlama uygun "yukarı çıkmak, tırmanmak" anlamı taşıyan "взойти" fiil kullanılmıştır: *İsyandan sonra* ***tahta çıkmıştı*** */ После переворота* ***взошел на трон***.

Rusçada fiiller ile kurulan deyimlerin arasına şu deyimleri eklemek mümkündür: "başını döndürmek" (вскружить голову); "satılığa çıkarmak" (выставить на продажу); "yer tutmak" (занять место); "kök salmak" (пустить корни); "havanda su dövmek" (воду в ступе толочь); "bir bardak suda fırtına koparmak" (поднять бурю в стакане воды); "boynunu vurmak" (отрубить голову); "burun kıvırmak" (нос воротить); "borca batmak" (погрязть в долгах); "haddini aşmak" (переступить грань дозволенного); "gölge düşürmek" (бросить тень); "hedefe ulaşmak" (достичь цели); "göz yummamak" (не сомкнуть глаз) ve diğerleri.

Türkçe deyimlerdeki çok anlamlı kelimeler için de yukarıda bahsedilen durum geçerlidir. "Demir atmak" (бросить якорь): Gemi **demir attı** */ Корабль* ***бросил якорь***; "yük olmak" (быть обузой): Kardeşim bana hiçbir zaman **yük olmamıştı** */ Сестра никогда* ***не была обузой*** *для меня.* Söz konusu deyimlerdeki "demir" ve "yük" sözcükleri çok anlamlı olduğu için başka bağlamlarda Rusçaya farklı şekillerde tercüme edilebilir. "Demir" sözcüğünün Rusça farklı bağlamlarda eşdeğeri sıfat tamlama grubu oluşturan "железный" (demirden yapılmış) kelimesi de olabilmektedir: *Deponun* ***demir kapısı*** *açılmıştı /* ***Железная дверь*** *склада открылась.*

Anlam açısından tam eşdeğer olan deyimler Türkçe ve Rusçada farklı sözcüklerden oluşturulabildiği için yukarıda bahsi geçen deyimlerin hedef dile kelimesi kelimesine tercümesi uygun değildir. Bu durum farklı dillerde aynı anlamı karşılamak üzere farklı kalıpların kullanıldığının göstergesidir. Dolayısıyla kalıp halinde kullanılan deyimin anlamını hedef dilde farklı bir kalıp ile yapısal özelliklerini bozmadan karşılamak mümkündür.

Morfolojik Fark Olan Türkçe ve Rusça Deyimler

Dilin tipolojik özellikleri muhakkak her katmanda kendini belli etmektedir. Bu durumda Türkçe ile Rusça arasındaki düzenli biçim bilimsel olayların meydana gelmesi doğaldır. Dolayısıyla tipolojik fark gözlemlenerek derlenen deyimler arasında birkaç grup oluşturmak mümkündür.

Çokluk ve teklik kavramları hem Türkçede hem Rusçada belirli dil unsurlarıyla dile getirilmektedir. Morfolojik açıdan bakıldığında Türkçede çokluğu teklikten ayıran biçimbirimler kullanılagelirken Rusçada üçlü sayı siteminden (teklik, ikilik, çokluk> teklik, ikilik+çokluk) değişen teklik ve çokluğu birbirinden ayıran biçimbirimler kullanılmaktadır (Özeren, 2019, s. 91-92). Bu nedenle iki dilde de "çokluğu" ifade eden biçimbirimlerin bulunması, söz konusu kavramın aslında bir gramer kategorisini temsil ettiğini göstermektedir. Fakat iki dilde de söz konusu gramer kategorisinin belirli bağlamlarda, hatta belirli anlamları karşılamak üzere kullanıldığı gözlemlenmektedir. Özellikle Türkçede çokluk ekinin belirli bağlamlarda kelimeye kazandırdığı yan anlamlar çoktur ve bu anlamlar Rusçada aynı şekilde ifade edilmez. Dolayısıyla bir dilde belirli kavramı ifade etmek için kelimenin çokluğunu bildiren şekli kullanılabiliyorken diğerinde tam tersi olabilmektedir. Bu durum deyimlerde de gözlemlenmiştir. Örneğin "borca batmak" (погрязть в долгах), "cebini doldurmak" (набить карманы); "elden ele" (из рук в руки); "sözü geri almak" (брать свои слова обратно); "tedbir / önlem almak" (предпринять меры); "ayağına dolaşmak" (путаться под ногами), "tekerine çomak sokmak" (совать палки в колеса); "adam / insan içine çıkmak" (выйти в люди); "eli boş dönmek" (вернуться с пустыми руками); "eli boş gitmek" (идти с пустыми руками); "acı söz" (горькие / обидные слова); "göz yummamak" (не сомкнуть глаз) deyimlerinde görüldüğü gibi Türkçe deyimlerde kelimelerin tekil hâlleri kullanılıyorken Rusçada aynı kelimelerin çokluk halleri kullanılıyor. Fakat buna rağmen iki dildeki deyimlerin taşıdıkları anlamlar arasında herhangi bir anlamsal fark oluşmamaktadır.

Hem Türkçede hem Rusçada bazı kelimeler çokluğu bildiren biçimbirim bulundurmadan bağlama göre çokluğu da ifade edebilmektedirler: mal mülk (имущество), halk (народ), sürü (стадо) vs. Fakat Türkçede "mal" kelimesinin çokluk eki almış hâli kullanılabiliyorken Rusçada aynı durum söz konusu değildir. Bu nedenle Türkçe "taşınır(maz) mal / mallar" deyimlerinin Rusçada tek eşdeğeri "(не)движивое имущество" kullanılmaktadır.

İstem. Bilindiği gibi söylem içerisinde sözcükler hâl ekleri aracılığıyla birbirine bağlanır ve kelime grupları oluşturur. Her deyim aslında bir kalıplaşmış kelime grubu olduğu için söylem içerisinde sözcüklerin birbirine bağlanış şekli de her dilde özgün bir olgudur. Bu olgu, Türkçe ve Rusça gibi iki farklı dilin farklı sayıda ve farklı istemlerde hal ekleri kullanımında ortaya çıkmaktadır (Özeren, 2019, s. 19-60). Dolayısıyla hem Türkçede hem de Rusçada çeviri açısından eşdeğer sayılabilecek kelime gruplarının oluşturulmasında sayı ve istem açısından eşdeğer olmayan hâl eklerinin kullanılışı gayet doğaldır. "Açlıktan ölmek" deyimi Rusçaya "умереть от голода" diye tercüme edilebilir, hatta konuşma dilinde de kullanılabiliyor. Fakat söz konusu deyimin Rusçadaki eşdeğeri "умереть с голоду" olacaktır: *Если не хочешь* ***умереть с голоду*** *до прихода матери, найди себе что-нибудь поесть.* / Annen gelene kadar ***açlıktan ölmek*** *istemiyorsan kendine yiyecek bir şeyler bul.* Benzer bir durum şu deyimlerde de gözlemlenmektedir: "başına vurmak" (ударить в голову): *Шампанское* ***ударило*** *ему* ***в голову***. / Şampanya ***başına vurmuştu***. Bu deyim birinin başına bir şeyle vurma eylemiyle karıştırılmamalıdır. Çünkü ikincisinin Rusçadaki eşdeğeri, Türkçe deyimin anlamını karşılamayan "ударить по голове" (kafasının üstüne vurmak) kelime grubu olacaktır: *Он* ***ударил*** *его* ***по голове*** *большим камнем.* / *Büyük bir taşla* ***başına vurdu***. "Ekmeğini kazanmak" (зарабатывать на хлеб / ekmek alabilmek için kazanmak) : *Вы должны сами* ***зарабатывать на хлеб***. / Kendi ***ekmeğini*** kendiniz ***kazanmalısınız***. Aynı durum "gözleri kararmak" deyiminde de gözlemlenmektedir: Rusçaya "глаза потемнели" (gözlerinin rengi koyulaştı) olarak tercüme edilebilir (*Когда она злилась, ее голубые* ***глаза темнели*** *и казались почти черными* / *Kızgın halinde mavi* ***gözleri koyulaşır*** *ve neredeyse siyah gibi görünürdü*) ama deyimin Rusçadaki kalıbı "потемнеть в глазах" (gözlerinde karardı) olacaktır: *У бабушки* ***потемнело в глазах*** / Babaannemin gözleri kararmıştı.

İstem farkı gözlemlenen deyimler arasına "gözünün önünde olmak" (быть на глазах / gözlerinin üstünde olmak); "hamam gibi" (как в бане / hamamda gibi); "himayesine almak" (взять под опеку / крыло / himayesinin / kanadının altına almak); "ilk fırsatta" (при первой возможности / ilk fırsat olduğunda); "izinden yürümek" (идти по следам / izlerinin üstünden gitmek); "kapıyı göstermek" (показать на дверь / kapıya göstermek); "teke tek" (один на один / tek üstüne tek); "üstüne titremek" (трястись над кем-то / birisinin üstünden titremek); "kapısını çalmak" (стучаться в дверь / kapısına çalmak) gibi deyimler dahil edilebilir.

Belirtme Durumu. Rusça ile Türkçe arasında bir diğer tipolojik fark, ismin söylem içerisinde belirtme durumu ekini alıp almadığında gözlemlenmektedir. Rusçada belirtisiz nesne diye bir kavram (cümle ögesi) mevcut olmadığı için cümlede nesne işlevi üstlenen isim soylu sözcükler mutlaka Belirtme eki alırlar. Türkçede ise söylemde hem belirtili hem belirtisiz nesne kullanılır. Böylece bir fiil ile kullanılan aynı isim bağlama göre Belirtme durumu eki hem alabilir hem de almayabilir: *Pazardan bana* ***çanta*** *al.* /

Купи мне ***сумку*** *на базаре. Bana bu* ***çantayı*** *al. / Купи мне эту* ***сумку***. Örnek cümlelerden de görüldüğü gibi Rusça söylemde nesne işlevi üstlenen her isim mutlaka belirtme durumu eki alacaktır. Birçok deyimde benzer durum gözlemlenmiştir.

İyelik hem Türkçeye hem Rusçaya has bir gramer kategorisidir. Fakat söz konusu gramer kategorisinin söz dizimsel açıdan bir tipolojik farkı gözlemlenmektedir. İyelik ekleri Türkçede isim soylu sözcüklerin çekiminde önemli rol oynar ve daima hâl eklerinden önce gövdeye eklenir. Rusçada bir nesnenin kime ait olduğunu göstermek için gövdeye eklenen ekler değil iyelik anlamı taşıyan zamirler ve sıfatlar kullanılmaktadır (Özeren, 2019, s. 62). Örneğin, "eline bakmak" deyimindeki "eline" kelimesi 3. tekil şahıs ekini içinde bulunduruyor. Deyimin Rusça eşdeğeri ise "смотреть в руку" (ele bakmak + kimin?) şeklindedir: *Uzun süre babamın* ***eline bakmak*** *zorunda kalmıştım. / Долгое время мне приходилось* ***смотреть в руку*** *отца.* Rusça cümledeki deyimden sonra gelen iyelik zamiri ise Türkçedeki iyelik ekinin işlevini üstlenmektedir. Benzer bir durum şu deyimlerde de gözlemlenmektedir: "eli ağır" (тяжелая рука/ ağır el); "gözleri kararmak" (потемнеть в глазах / gözlerde kararmak); "kuyusunu kazmak" (рыть яму другому / başkasına kuyu kazmak); "zamanını almak" (отнимать время у кого? / kimden zaman çalmak); "avucum kaşınıyor" (ладонь чешется / avuç kaşınıyor); "boynunu vurmak" (отрубить голову / birinin kafasını baltayla kesmek); "pili bitmek" (закончилась батарейка) "Harfi harfine" (буква в букву) ve "kelimesi kelimesine" (слово в слово) deyimlerindeki sözcüklerin içindeki iyelik eklerinin Rusçadaki eşdeğerleri iyelik eklerinin işlevini üstlenen zamirler bile kullanılmamaktadır. "Kanını emmek" (сосать кровь) ya da "gözleri parlamak" (глаза блестят) deyimlerinin Rusçadaki eşdeğerleri söylemde kimin sorusuna cevap veren isimler ya da iyelik işlevi üstlenen zamirler ile birlikte çeviri birimi oluşturmaktadır.

Tartışma

Deyimler, belli bir kavramı, durumu veya duyguyu dile getirmek için kullanılan birkaç sözcüğün bir araya gelmesiyle oluşan anlatım şeklidir (Aksan, 1998, s. 35). Birçok dilbilimcinin ifade ettiği gibi deyimler, kalıp hâlinde kullanılan en az iki sözcükten meydana gelen ibarelerdir. Deyim gruplarının içeriği ile taşıdıkları anlamlar tamamıyla o dile özgü ve hiçbir yerde kuralı yazılmayan dilsel bir süreçtir. Ö.A. Aksoy Türkçede tek kelimeden oluşan (ekli sözcük halinde kullanılanlar) en küçük deyimlerin mevcut olmasından bahseder (Aksoy, 1988, s.141). Her şeyden önce deyim bir kelime grubu olduğu için tek sözcük hâlinde olup da içinde yapım ya da çekim eki bulunduran sözcükler "deyim" değildir sadece yeni kavramları karşılamak üzere çoğunlukla yapım ekleri yardımıyla türetilmiş yeni kelimelerdir. Bu kelimelerin temel leksik anlamları kök / gövdenin leksik anlamlarıyla daima bağdaştırılabilir. Örneğin (dol- > dolmuş, akşam > akşamcı). Bu sözcükler dili kullananlar tarafından belirli gözlemlere ya da edinilen tecrübeye dayanılarak dil mantığına uygun bir şekilde türetilmişlerdir. Ayrıca bu tür sözcüklere deyim sözlüklerinde rastlanmaması da onların bilim insanları tarafından birer deyim olarak algılanmadığının bir göstergesidir.

Rusça olarak kaleme alınmış ve Türkçe deyimlerin Rusçaya çeviri sorunlarını ele alan birtakım bilimsel makaleler mevcuttur. 2012'de Yu. Onişçenko tarafından yazılmış "*Анализ некоторых фразеологических единиц турецкого языка и проблема их перевода на русский*" (Bazı Türk Deyimlerinin Analizi ve Rusçaya Çeviri Problemi) adlı makaledeki teorik bilgilerin, M. Kasumova'nın E. Biradli ile birlikte Rusça olarak kaleme aldıkları Rusça ve Türkçe deyimlerin özelliklerini konu edinen makalelerinde (Kasumova vd. 2013) büyük ölçüde aynı olması dikkat çekicidir. Bu teorik bilgi daha çok Rus ve Türk bilim insanlarının deyim tanımlaması ve sınıflandırması ile ilgilidir. Hatta örnek deyimler ve deyimlerin Rusçaya yanlış çevirileri bu iki çalışmada örtüşmektedir.

2021'de E. Hismatullina tarafından kaleme alınan "*Особенности перевода фразеологии на материалах разноструктурных языков (на примере турецкого и русского языков)*" (Farklı Yapıdaki Dillerdeki Deyimlerin Çeviri Özellikleri (Türkçe ile Rusça Örneğinde)" adlı makalede de aynı deyim örnekleri, Türkçe deyimlerin Rusçaya aynı hatalı çevirilerini görmek mümkündür. Yazar makalesinde çeviri sorunlarının birkaç sebebini göstermekle birlikte Türkçe deyimlerin Rusça eşdeğerlerini vermektedir. Fakat birçoğunun yazar tarafından yanlış algılandığını söylemek mümkündür. Mesela, "bir yastığa baş koymak" deyimini Rusçaya "поддерживать друг друга в браке" (evlilik boyunca birbirine destek vermek) olarak çevrilmiştir (Hismatulina, 2021, s. 413). Bu durum yazarın Türk kültürü ile ilgili yeterli arka plan bilgiye sahip olmadığını da göstermektedir. Türkçe deyimlerin hatalı algılanma ve Rusçaya anlam kayıplarının eşliğinde çevrildiğinin örneklerini İ. Mametov ile R. Ryapov tarafından kaleme alınmış "*Использование соматических единиц во фразеологизмах турецкого и русского языков*" (Türkçe ve Rusça Deyimlerdeki Organ Adları) adlı makalede de görmek mümkündür (Mametov vd. 2017, s. 3-6).

Türkçe ve Rusça karşılaştırmalı dil araştırmalarının yeterince yapıldığı söylenemez. Deyimlerin karşılaştırmalı incelemesi ile ilgili Rusça yazılmış bilimsel makalelerde ana dili Türkçe olmayan yazarlar tarafından Türkçe deyimlerin anlamlarının çoğu zaman doğru algılanamadığını ve yanlış biçimde Rusçaya tercüme edildiğini görmek mümkündür. Ayrıca Rusça-Türkçe deyimler ile ilgili yazılan üç makalenin teorik bilgiler kısımlarının birbirinin neredeyse tıpatıp aynısı (örnek verilen deyimler ve yanlış çevirileri) olduğu dikkat çekicidir. İlgi çekici adlar altında kaleme alınan bazı çalışmaların içerikleri yapılan araştırmalarının bilimselliği hakkında ipucu vermektedir.

Tam eşdeğer olan Rusça ve Türkçe deyimlerin bir kısmının başka bir dilden kelimesi kelimesine çeviri yoluyla Türkçeye ve Rusçaya girdiğini söylemek mümkündür. Bu tür deyimler birbirinin eşdeğerleri sayılan sözcükleri içermekte ve genellikle tek anlamı karşılamak üzere Türkçe ve Rusçada kullanılmaktadır. Ayrıca bu gruba giren deyimlerdeki sözcüklerin herhangi bir anlam değişikliğine girmesi söz konusu değildir. Deyimlerin içerik ve anlam açısından tıpatıp birbirine uymasından dolayı iki dile de kelimesi kelimesine tercümesi mümkündür. Yeni alıntılanan deyimlerin çoğu, tarihte olmayan modern dünyadaki olay ve nesnelerle ilgili insanların bilincinde doğru kavramsallaştırmayı oluşturup dile getirmek için kullanıldıkları için birer kültürel öge statüsü taşıyamazlar.

Farklı bilim alanlarında terim olarak kullanılan ve deyim sözlüklerine girmiş kalıp ifadelerin sayısının çok fazla olduğunu söylemek gerekir. Bu durumda ortaya "Terim olarak kullanılan deyimler hangi sözlüklerde yer almalı?" sorusunun ortaya çıkması gayet doğal bir durumdur. Dolayısıyla dilde terim işlevi üstlenen ve belirli bilim alanında tek anlamda kalıp hâlinde kullanılan ifadeler (kara borsa, kişi dokunulmazlığı vs.) terim sözlüklerinde yer almalıdır.

Tam eşdeğer Türkçe ve Rusça deyimler arasında mastar eki ile biten birleşik fiil grubu şeklinde kullanılan deyimler büyük bir grup oluşturmaktadır. Bu tür deyimler Türkçe literatürde ayrı gruba dahil edilir, hatta onlar için "deyimsi" ifadesi kullanılır (Aksoy, 1988: 133). Bizce deyimlerin mastar eki ile bitmesi ve deyim grubundaki fiilin çekime girmesi, yeni kavramı karşılamak üzere bir arada kalıp olarak kullanılan birkaç kelimenin bir deyim grubu (birleşik fiil grubu) oluşturduğu gerçeğini değiştirmez. Ayrıca söylemdeki farklı işlevlerinden dolayı bu tür deyimlerin sadece cümlede yüklem işlevinde kullanılıp yargı bildirilmesinden dolayı atasözlerine benzetilmesi doğru değildir.

M. Yurtbaşı'nın Türkçe deyimler için kullandığı "kemikleşmiş" (Yurtbaşı, 1996: s.1.) ifadesi, deyim grubundaki sözcüklerin yer değiştirmemesi için de geçerlidir. Rusçada böyle bir "kemikleşme" gözlemlenmemektedir. İsim+fiil modeline göre oluşturulan Türkçe deyimlerin Rusça eşdeğerlerdeki sözcüklerin herhangi bir anlam değişmesi veya anlam kaybı oluşturmadan söylemde yeri değişebilir. Bu durumun Türkçe ile Rusçanın söz dizimsel özelliklerinden kaynaklandığını söylemek mümkündür. Örneğin ***открыть огонь*** *(ateş açmak)* / ***огонь открыт*** *по вражеским танкам* (düşman tanklarına ateş açıldı).

Kelimelerin çok anlamlılığı deyimlerin taşıdıkları anlamı etkilemekte, bu nedenle de Rusçadaki eşdeğerleri tamamıyla farklı sözcüklerden oluşan deyimler olabilmektedir (*vakit+**kazanmak** (**выиграть** время) / ekmek+**kazanmak** (**заработать** на хлеб); zaman+ almak (**отнимать** время) / söz+almak (**взять** слово)*). Bu da her kelimenin taşıdığı anlamın ancak bir bağlam içerisinde belirli kelimelerle birlikte kullanıldığında net olarak ortaya çıktığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Özellikle Türkçe deyimlerdeki fiillerin çok anlamlılığını gözlemlemek mümkündür. Bu nedenle Türkçe deyim grubu oluştururken ima edilen anlam, genellikle Rusçada farklı fiiller ile karşılanmaktadır. Bu durum Türk ile Rusların eşdeğer olarak kabul edilen fiillere farklı bağlamlarda farklı anlamlar yüklediğinin bir göstergesidir. Başka bir deyişle, Türkler ve Ruslar aynı kavramı farklı dil unsurlarıyla ifade edebilmektedirler.

Sonuç

Deyimlerin farklı anlatım şekilleri ve taşıdıkları kavramlar her zaman dil bilimcilerin ilgisini çeken konularından biri olduğundan, deyimler hem Türkçe hem Rusça kaleme alınmış birçok bilimsel çalışmanın konusunu teşkil etmiştir. Birkaç kelimenin bir araya gelip yeni bir anlam ifade etmesi, deyimlerin anlambilim açısından incelemesini de oldukça cazip kılmaktadır. Deyim grubundaki sözcükler genellikle temel leksik anlamları dışında bir anlam karşılamak üzere birlikte kalıp hâlinde kullanıldığı için deyimlerin özellikle yabancı biri için zor algılandığı aşikârdır. Yabancı dil öğreniminde öncelikle kelimelerin temel leksik anlamları öğrenildiğinden yabancı dili öğrenenler kalıp hâlinde kullanılan ifadelerdeki sözcüklerin anlamlarını kelimesi kelimesine çözümlerken her kelimeyi bağımsız bir şekilde ve ilk öğrendikleri temel anlamlar aracılığıyla iletilen mesajı algılamaya çalışırlar. Bu nedenle deyimlerin kelimesi kelimesine

tercümesi çoğu zaman hedef dilde anlamlı bir bütünlük oluşturamaz. Bunun delili olarak makine çevirisinin de deyim grubunu çoğu zaman bir birim olarak algılamayıp kelimesi kelimesine çevirmesi gösterilebilir.

Tam eşdeğer olup mecazî anlam taşıyan Türkçe ve Rusça deyimler, iki kültür mensuplarının bilincinde benzer çağrışımlar uyandırır. Genellikle fizikî bir eyleme gönderme yapıldığından dolayı deyimler arasında yapısal ve anlamsal eşdeğerlilik söz konusudur. Fizikî bir eylem ile özdeşleştirilemeyen anlamın hem Türkçede hem Rusçada aynı kelimeler ile dile getirilme ihtimali çok düşük olduğu için yeni kavramları karşılamak üzere tam eşdeğer olan deyimler çoğunlukla başka bir yabancı dilden alıntılanmıştır.

İkinci gruba giren ve anlam açısından tam eşdeğer olan Türkçe ve Rusça deyimlerdeki morfolojik fark, Rusça ve Türkçenin tipolojik özellikleriyle bağdaştırılabilir. Bir dilde deyim grubu belirli ad durum ekiyle oluşturuluyorsa diğer dilde aynı durum söz konusu olmayabilir. Dolayısıyla Türkçe ve Rusça deyimlerdeki istem farkı, diğer morfolojik farklardan daha sık gözlemlenir.

Türkçede kullanılan bazı deyimler, başka deyimlerdeki fiillerin olumsuz şekilleriyle (göz yummak X göz yummamak / ödünç vermek X ödünç vermemek) yapılır. Böylece yapı bakımından sadece olumsuzluk içeren deyimlerin anlamı tamamıyla değişir ve anlamları Rusçada tamamıyla farklı deyimler ile karşılanır. Böyle bir durum Rusça için geçerli değildir. Örneğin "сходить с ума" (delirmek) deyimindeki fiilin olumsuz şekli "не сходить с ума" (delirmemek) bildirilen eylemin daima gerçekleşmediğini bildirir.

Tam eşdeğer sayılabilecek bütün deyimler Rusçaya kelimesi kelimesine çevrilemez. Kelimesi kelimesine çevrilebilen deyimlere modern dünyadaki yeni kavramları karşılamak üzere yabancı dilden iki dile de alıntılama yoluyla kazandırılmış deyimler, evrensel sayılabilecek insan davranışlarıyla ilgili olanlar ve her ulusun bilincinde benzer çağrışım uyandıran evrensel soyut kavramları bildiren deyimler dahil edilebilir.

Deyimler, bir ulusun düşünce sisteminin, dış dünyayı algılayıp dile yansıtma biçiminin ve bilişsel özelliklerinin araştırılması için kapsamlı veri alanı teşkil ettikleri için karşılaştırmalı olarak incelenmesi kültürel ile bilişsel dilbilim ve kültürlerarası iletişim açısından son derece önemlidir. Dolayısıyla Türkçe ve Rusça deyimlerin kapsamlı bir şekilde incelenmesi için ana dili Türkçe ve Rusça bilim insanlarının katılımıyla gerçekleşecek bilimsel araştırma projelerin oluşturulup hayata geçirilmesi önerilebilir.

Etik Beyan

"*Türkçe ve Rusça Eşdeğer Deyimler*" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Bu araştırma doküman incelemesine dayalı olarak yapıldığından etik kurul kararı zorunluluğu bulunmamaktadır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Equivalent Idioms in Russian and Turkish*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. Ethics Committee Permission is not required

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Aksan, D. (1998). *Her Yönüyle dil. Ana çizgileriyle dilbilim.* Cilt 3., Ankara: Türk Dil Kurumu. 2.baskı.

Aksoy, Ö. A. (1988). "Atasözleri, deyimler". *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı Belleten-1962.* Ankara: TDK Yay. :217: 131-166.

Aksoy, Ö. A. (1989). *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü 1-2.* İstanbul: İnkılâp Kitap Evi, genişletilmiş beşinci baskı.

Baştabak, A. Ş. (2016). "Klassifikatsiya frazeologizmov s zoonimnım komponentom v turetskom i russkom yazıkah po ekvivalentnosti". *Mejdunarodnıy nauçnıy jurnal "Simvol Nauki",* №2, .

Baştabak, A. Ş. (2005). *Türkçe Açıklamalı Türkçe/Rusça Deyimler Sözlüğü.* Bişkek: Avrasya Yayınları.

Gönen, S. (2008). "Deyimlere Şekil Açısından Bir Yaklaşım Örneği". *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi.* (20): 207-217.

Gudkov, L., Saraç, H. (2015). "Doroga" ("yol") v prirodno-landşaftnom kode kul'turı russkogo i turetskogo yazıkov". *Mir russkogo slova, Lingvokulturologiya,* No 1: 15-21.

Hismatulina, E. (2021). "Osobennosti perevoda frazeologii na materialah raznostrukturnıh yazıkov (na primere turetskogo i russkogo yazıkov)". *Sovremennıe Vostokovedçeskie İssledovaniya,* 3(3): 410-417.

Kanmaz, A. (2021). "Türkçe Deyimler Üzerine Yazılan Makaleler Hakkında Bir Kaynakça (1962-2020)". *Hars Akademi Uluslararası Hakemli Kültür Sanat Mimarlık Dergisi,* 4(7): 170-231.

Kartal, N. (1990). *Türkçe Deyimler Sözlüğü.* İstanbul: Birsen yayın Evi, 3. Baskı, geliştirilmiş, gözden geçirilmiş, açıklamalı.

Kasumova, M. "Bibleşzmı i koraniçeskie frazeologizmı v russkom i turetskom yazıkah". *https://cyberleninka.ru/article/n/bibleizmy-i-koranicheskie-frazeologizmy-v-russkom-i-turetskom-yazykah Erişim Tarihi: 29.10.2024*

Kasumova, M., Biradli, E. "Osobennosti frazeologiçeskih edinits v russkom i turetskom yazıkah". *https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-frazeologicheskih-edinits-v-russkom-i-turetskom-yazykah/viewer Erişim Tarihi: 12.09.2024*

Kasumova, M., Söyler, S. (2014). "Sopostavitel'nıy analiz frazeologiçeskih edinits s komponentom Bog-Allah v russkom i turetskom yazıkah". *https://cyberleninka.ru/article/n/sopostavitelnyy-analiz-frazeologicheskih-edinits-s-komponentom-bogallah-v-russkom-i-turetskom-yazykah/viewer Erişim Tarihi: 29.10.2024*

Memetov, İ., Ryapov R. (2017). "İspol'zovaniye somatiçeskih edinits vo frazeologizmah turetskogo i russkogo yazıkov". *Naukniy Vestnik Krıma,* № 3 (8): 1-8.

Onişçenko, Yu. (2012). "Aniliz nekotorıh frazeologiçeskih edinits turetskogo yazıka i problema ih perevoda na russkiy". *Uçenıe Zapiski Natsional'nogo Universiteta İmeni V.İ. Vernadskogo. Seriya "Filologiya". Sostsial'nıe kommunikatsii,* 25 (64), № 3/1: 296-302.

Özeren, M. (2019). *Çağdaş Türk Lehçelerinde Rusçadan Yapılan Kavram ve Gramer Çevirileri*. Ankara: Akçağ Yayınları.

Saraç, H.. (2019). "Gora" ("dağ") v russkoy i turetskoy frazeologii: prirodno-landşaftnom kode kul'turı". *Tribuna molodıh uçenıh. Voprosı psiholingvistiki.:* 310-322.

Sarıgöz, O., Dağ Pestil, A. (2023). *Türkçe - Rusça Açıklamalı Deyimler Sözlüğü : 2500 Deyim.* Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

Yıldırım, K. (2016). "Eksplikatsiya znaçeniy slova "sud'ba" vo frazeologizmah turetskogo yazıka". *Mejdunarodnıy naukniy jurnal "Simvol Nauki".* №2: 76-80.

Yurtbaşı, M. (1996). *Örnekleriyle Deyimler Sözlüğü.* İstanbul: Özdemir Yayıncılık.

Yüceol Özezen, M. (2001). "Türkçe Deyimler Üzerine Birkaç Söz". *Türk Dili. Dil ve Edebiyat Dergisi.* II/ 600: 869-879.

İnternet Kaynakları:

Karta slov i vırajeniy russkogo yazıka. https://kartaslov.ru . Erişim tarihi: 03.11.2024.

Frazeologiçeskiy slovar' russkogo yazıka onlayn. https://rus-phraseology-dict.slovaronline.com . Erişim tarihi: 10.11.2024

Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü. https://sozluk.gov.tr Erişim tarihi: 11.11.2024

EXTENDED ABSTRACT

As is well known, Russian and Turkish are two distinct and unrelated languages in terms of typology. However, idioms with structural similarities are used in both languages. This article analyzes phraseologies that are considered equivalent based on the words they contain in both Turkish and Russian. The main aim of this study is to identify phraseologies that can be considered structurally equivalent between the two languages and to examine their semantic equivalence. To achieve this, the semantic frames of the idioms in both languages are first determined. These idioms are then classified to identify any changes in meaning, and their contexts of use in both languages are specified. The research was primarily based on Russian-Turkish phraseologie dictionaries (Baştabak, 2005; Sarıgöz et al., 2023), and the sample consisted of idiomatic expressions with similar structures. It should be noted that idioms with morphological differences between Russian and Turkish were also included in the sample. Structural equivalence refers to the equivalence of the lexical meaning of the words forming the idiomatic group. This study was conducted using Turkish idioms, and the meanings of these idioms were confirmed using the following sources: https://sozluk.gov.tr; https://kartaslov.ru; https://rus-phraseology-dict.slovaronline.com. The idioms compiled in this research were analyzed in two main categories: 1) Russian and Turkish full equivalents idioms that are fully equivalent in terms of structure and meaning; 2) Russian and Turkish part equivalents idioms. İdioms have long been a subject of interest in linguistic research. However, comparative linguistic studies on idioms are still underdeveloped. In Russian scientific articles on the comparative analysis of idioms, Turkish idioms are often misunderstood and incorrectly translated by authors whose native language is not Turkish. Additionally, it is noteworthy that the theoretical sections of three articles on Russian-Turkish idioms are almost identical, including examples of idioms and mistranslations. Interestingly, although the titles of some studies are striking, they contain no examples

and consist only of theoretical information. Some Russian and Turkish idioms, which are equivalent in both structure and meaning, likely entered both languages through word-for-word translation from another language. These idioms have exactly the same structure, and their meaning has not changed in either language. The phraseologies in question are generally recent and refer to new concepts that do not have direct equivalents in Russian or Turkish culture. Since they are structurally and semantically identical, these phraseologies can be translated word for word. Most of these idioms express concepts related to modern-day events and objects that have no historical counterpart. Therefore, they do not qualify as cultural items. For example, the concept of an "uninvited guest" contrasts with Turkish culture, where the idea of a "guest of God" exists. It should be noted that the number of phraseologies used as technical terms in various scientific fields and included in idiom dictionaries is quite high. This raises the question: Which dictionaries should phraseologies used as terms be included in? In our opinion, phraseological expressions that function as terms in specific scientific fields and are used with a single meaning should be included in specialized term dictionaries. The morphological differences in structure among idioms in the second group, which are equivalent in meaning, can be attributed to the typological characteristics of Russian and Turkish. This is also the reason for the difference in intention behind the expressions formed with these idioms in both languages. In other words, an phraseologie in one language may be expressed using one form, while the same situation may require a different form in the other language. İdioms that have a similar structure but differ in meaning can lead to a loss of meaning when used interchangeably in translation. This occurs because these idioms are perceived differently in the two languages and used in different contexts.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Din Eğitiminde Yapay Zekâ Destekli Godly Play Yaklaşımı: Hz. Yusuf Örneği

Aslıhan ATİK[1]

Öz

Yapay zekâ, bilgiye hızlı erişim, öğrenme deneyimlerini kişiselleştirme, pedagojik yaklaşımları yenilikçi yöntemlerle dönüştürme ve dinî metinlerin daha geniş kitlelere erişimini artırma gibi önemli fırsatlar sunmaktadır. Bununla birlikte, kutsal metinlerin yanlış yorumlanması, etik sorunlar ve öğretmen-öğrenci ilişkisinin zayıflaması gibi zorluklar da gündeme gelmektedir. Özellikle ilahiyat ve felsefe alanlarında bilgi edinme amaçlı kullanılan yapay zekâ modellerinin olumlu ve olumsuz yönleri hakkında araştırmalar oldukça sınırlıdır. Bu araştırmanın amacı, Amerika merkezli yapay zekâ araştırma şirketi Open AI tarafından geliştirilen ChatGPT adlı yapay zekâ modellenin Godly Play yaklaşımına/pedagojisine göre geliştirdiği Hz. Yusuf ile ilgili okulöncesi ve ilkokul düzeyine ait ders planlarını pedagojik açıdan incelemektir. Bu değerlendirme, yapay zekâ teknolojilerinin din eğitimi bilimi için kullanım potansiyellerini anlamak açısından önem taşımaktadır. Çalışma, nitel araştırma desenlerinden durum çalışması yöntemiyle yürütülmüştür. ChatGPT'nin okulöncesi ve ilkokul düzeyi için ürettiği ders planları; Godly Play yaklaşımına yöntem bakımından uygunluk, amaç, materyal, içerik ve değerlendirme bölümleri karşılaştırmalı analiz edilerek pedagojik açıdan değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, çalışma ChatGPT gibi yapay zekâ araçlarıyla geliştirilen dini eğitim içeriklerinin pedagojik açıdan farklılaştırılabilir, yaşa ve değerler eğitimi hedeflerine uygun şekilde hazırlanabileceğini ortaya koymaktadır. Hem içerik hem de materyal düzeyinde göre sağlanan bu esneklik, yapay zekâ destekli eğitim teknolojilerinin dini ve manevi eğitim alanında etkin kullanılma potansiyeline işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, ChatGPT, Godly Play, Din Eğitimi, Ders Planı

Artificial Intelligence Supported Godly Play Approach in Religious Education: The Example of Prophet Yusuf

Abstract

Abstract, makalenin amacını, yöntemini ve bulgu-sonuçlarını içerecek biçimde düzenlenmiş olmalı ve 200 sözcüğü geçmemelidir. Özet 10 punto ve tek satır aralığı olarak yazılmalıdır. Abstract, makalenin amacını, yöntemini ve bulgu-sonuçlarını içerecek biçimde düzenlenmiş olmalı ve 200 sözcüğü geçmemelidir. Özet 10 punto ve tek satır aralığı olarak yazılmalıdır. Abstract, makalenin amacını, yöntemini ve bulgu-sonuçlarını içerecek biçimde düzenlenmiş olmalı ve 200 sözcüğü geçmemelidir. Özet 10 punto ve tek satır aralığı olarak yazılmalıdır. Abstract, makalenin amacını, yöntemini ve bulgu-sonuçlarını içerecek biçimde düzenlenmiş olmalı ve 200 sözcüğü geçmemelidir. Özet 10 punto ve tek satır aralığı olarak yazılmalıdır. Abstract, makalenin amacını, yöntemini ve bulgu-sonuçlarını içerecek biçimde düzenlenmiş olmalı ve 200 sözcüğü geçmemelidir. Özet 10 punto ve tek satır aralığı olarak yazılmalıdır. Abstract, makalenin amacını, yöntemini ve bulgu-sonuçlarını içerecek biçimde düzenlenmiş olmalı ve 200 sözcüğü geçmemelidir. Özet 10 punto ve tek satır aralığı olarak yazılmalıdır. Abstract, makalenin amacını, yöntemini ve bulgu-sonuçlarını içerecek biçimde düzenlenmiş olmalı ve 200 sözcüğü geçmemelidir. Özet 10 punto ve tek satır aralığı olarak yazılmalıdır.

Keywords: Artificial Intelligence, ChatGPT, Godly Play, Religious Education, Lesson Plan

Atıf İçin / Please Cite As:

Atik, A. (2025). Din eğitiminde yapay zekâ destekli godly play yaklaşımı: Hz. Yusuf örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 933-945. doi:10.33206/mjss.1715377

Geliş Tarihi / Received Date: 05.06.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 04.07.2025

[1] Doç. Dr. - Çukurova Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, aslihanatik@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-0773-8927

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Din eğitimi, içerik itibarıyla dinî bilgi ve tecrübeyi konu edinen ilahiyat (teoloji) disiplinleriyle; yöntem açısından ise başta eğitim bilimleri olmak üzere sosyal bilimlerin araştırma alanına dâhil olan çok disiplinli bir yapıya sahiptir. Bu çok boyutlu yapısı, din eğitiminin teknoloji ile bütünleştirilmesi sürecinde izlenecek yol ve yöntemlere dair kuramsal bir zemin sunmaktadır. Teknolojik gelişmelerin din eğitimiyle bütünleştirilmesi sürecinde özellikle pedagojik boyut belirleyici bir rol oynamaktadır (Atik, 2014). Eğitim bilimlerinde geliştirilen teknoloji entegrasyon modelleri, din eğitimi alanı için de önemli bir referans işlevi görmekte; bu bağlamda kuramsal uyumluluk, uygulamaların etkililiğini artırmaktadır (Trocholepczy, 2021).

Son yıllarda eğitim ortamları, teknolojinin etkisiyle hızlı bir dijital dönüşüm geçirmiştir. Sınıf içi öğretimde akıllı tahtalar, tablet bilgisayarlar, projektörler ve mobil uygulamalar aktif biçimde kullanılmakta; çevrim içi platformlar aracılığıyla hem formal hem de informal din eğitimi süreçlerine dijital araçlar entegre edilmektedir. Türkiye özelinde Milli Eğitim Bakanlığı ile TRT iş birliğiyle yürütülen TRT EBA TV gibi platformlar, farklı yaş gruplarına yönelik dijital din eğitimi içerikleri sunmakta ve bu durum öğretim materyallerinin çeşitlenmesine, erişimin kolaylaşmasına ve öğrenme süreçlerinin zenginleşmesine katkı sağlamaktadır. Bu dönüşüm yalnızca yöntemsel değil, aynı zamanda epistemolojik bir değişimi de beraberinde getirmektedir. Yalnızca öğretim yöntemlerini değil; aynı zamanda bilgiyi edinme biçimlerini ve bilginin doğasına ilişkin yaklaşımları da değiştirmektedir. Örneğin MAK Danışmanlık tarafından 2017 yılında yürütülen "Türkiye'de Toplumun Dine ve Dini Değerlere Bakışı" araştırmasına göre, dini bilgiye ulaşmak için en fazla başvurulan kaynak internet (%45) olarak öne çıkarken, geleneksel bilgi kaynakları olan dini kitaplara başvuru oranı %30'da kalmıştır. Bu veriler, dijital ortamların dini bilgi edinme süreçlerinde giderek daha merkezi bir konuma geldiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda din eğitiminin, yalnızca bilgi aktaran değil; aynı zamanda eleştirel düşünme, problem çözme, analiz ve anlamlandırma gibi bilişsel becerileri geliştiren bir yapıya kavuşması gerektiğini ortaya koyduğu söylenebilir (Demir, 2021).

Ancak din eğitiminin yalnızca pedagojik bir alan olmadığını, teolojik ve psikolojik boyutları da içerdiğini unutmamak gerekir. Bu yönüyle, teknolojinin yalnızca soyut kavramları somutlaştırma aracı olarak kullanılması, entegrasyon sürecine indirgemeci ve dar bir bakış açısıyla yaklaşmak olur. Bilginin anlamı, kutsal metinlerin yorumlanması ve manevî değerlerin aktarılması gibi daha derinlikli ve çok katmanlı süreçler, teknoloji ile kurulacak ilişkinin yalnızca işlevsel değil; aynı zamanda bütüncül ve eleştirel bir şekilde değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır.

Yapay zekâ teknolojileri bu noktada yeni imkânlar sunmaktadır. Yapay zekâ, bireylerin öğrenme süreçlerini analiz edebilen, kişiselleştirilmiş içerikler sunabilen ve etkileşimli öğrenme ortamları oluşturabilen bir teknoloji olarak, eğitimde paradigma değişimine neden olmaktadır. Din eğitimi gibi hem bilişsel hem de duygusal ve manevî yönleri olan alanlarda yapay zekâ, özelleştirilmiş öğrenme yolları sunma potansiyeli taşımaktadır. Örneğin doğal dil işleme (NLP) teknikleriyle çalışan yapay zekâ destekli sohbet botları, öğrencilere dini kavramları açıklayabilir, Kur'an kıssalarını anlatabilir ve temel dini bilgiler üzerine yönlendirici etkileşimler sunabilir. Bu sayede hem kavramsal hem de duygusal düzeyde öğrenme desteklenmektedir. Özellikle anlatı temelli dini içerikler, sesli anlatım, dijital animasyon ve etkileşimli senaryolar aracılığıyla daha etkili bir şekilde öğrenciye sunulabilir (Luckin, 2017).

Yapay zekânın bir diğer boyutu olan duygusal yapay zekâ, öğrencinin dikkat seviyesi, ilgi düzeyi ve anlamaya yönelik duygusal tepkilerini analiz ederek, öğrenme ortamını buna göre düzenleyebilir (Karslı, 2024). Bu yönüyle, içsel motivasyonun belirleyici olduğu din eğitimi süreçlerinde öğrenmeyi destekleyici bir rol oynayabilir (Holmes, Bialik & Fadel, 2019). Ancak bu gelişmeler beraberinde bazı eleştirel soruları da gündeme getirmektedir. Örneğin, yapay zekâ sistemleri dini bilginin doğruluğunu ve güvenilirliğini nasıl sağlayacaktır? Kutsal metinlerin çok katmanlı yapısı, sembollerle ve mecazlarla dolu içeriği algoritmalar aracılığıyla ne ölçüde temsil edilebilir? Dini öğretim süreçlerinde öğretmenin yalnızca bir bilgi aktarıcısı değil, aynı zamanda manevî bir örnek ve rehber olduğu düşünüldüğünde, yapay zekâ bu rolü ne ölçüde üstlenebilir? Bu noktada yapay zekânın, din eğitiminde öğretici ve destekleyici bir araç olarak görülmesi; ancak anlam üretimi, değer aktarımı ve manevî rehberlik gibi işlevlerin mutlaka insanî bağlamda sürdürülmesi gerektiği açıktır. Teknolojik araçlar, eğitim süreçlerinde etkileşimi artırabilir, içeriği zenginleştirebilir ve bireysel öğrenmeyi kolaylaştırabilir; ancak din eğitimi, özü gereği insan merkezli, ilişki temelli ve değer odaklı bir öğrenme süreci olarak kalmalıdır (Sartori, 2004). Bu nedenle, teknoloji ve yapay zekâ din eğitimine entegre edilirken, pedagojik fırsatlar ile beraberinde getireceği riskler arasında dikkatli bir denge kurulmalıdır.

Godly Play Yaklaşımı: Kuramsal Temelleri Ve Din Eğitimindeki Yeri

Godly Play, 20. yüzyılın ikinci yarısında din eğitimi alanında yenilikçi bir model arayışının ürünü olarak ortaya çıkmış ve Montessori pedagojisinden esinle Amerikalı teolog ve eğitimci Jerome W. Berryman tarafından geliştirilmiştir. Bu yaklaşım, özellikle çocukların dinî anlatılarla ilişki kurma biçimini yeniden düşünmeyi ve bu ilişkiyi daha anlamlı, yaratıcı ve kişisel hâle getirmeyi hedeflemektedir. Godly Play'in temel amacı, çocukların dinî dil, sembolizm ve anlatı yoluyla manevi farkındalık geliştirmelerine imkân tanımaktır (Berryman, 2009).

Bu yöntemin merkezinde yer alan pedagojik anlayış, çocuğun öğrenme sürecini sadece bilgi aktarımıyla sınırlı görmez; aksine, öğrenmeyi bireyin anlam üretme ve kimlik inşası süreci olarak değerlendirir. Bu nedenle çocuk, Godly Play ortamında pasif bir dinleyici değil, aktif bir katılımcı, anlatıcı ve yorumlayıcıdır. Anlatılan her bir dinî hikâye, çocuğun kendi yaşam deneyimleriyle ilişkilendirerek anlamlandırabileceği, karşılıklı etkileşime dayalı bir öğrenme ortamına dönüştürülür." Böylece öğrenme yalnızca bilişsel değil, aynı zamanda duygusal, estetik ve manevî bir deneyim hâline gelir (Hyde, 2010).

Godly Play'in kuramsal yapısı üç ana unsur etrafında şekillenir:

1. Hikâye anlatımı (Storytelling): Yaklaşımın en temel bileşenidir. Bu süreçte, kutsal metinlerden veya geleneksel dini öykülerden alınan anlatılar, çocuğun yaşına ve gelişim düzeyine uygun biçimde sadeleştirilerek sunulur. Ancak sadeleştirme sürecinde, anlatının teolojik derinliği ve sembolik yapısı korunur. Hikâye, genellikle özel hazırlanmış figürler, nesneler ve mekân tasvirleriyle desteklenir. Bu materyaller hem görsel ilgiyi artırmakta hem de çocuğun anlatıya fiziksel düzeyde katılımını mümkün kılmaktadır.

2. Sessizlik ve tefekkür (Contemplation): Anlatının ardından çocuklara düşünmeleri, içsel bir sessizlikte kendilerini dinlemeleri için zaman tanınır. Bu süreçte çocuklar, duyduklarını yalnızca zihinsel düzeyde değil, kalbi ve ruhsal düzeyde de içselleştirme fırsatı bulur. Sessizlik, öğrenmenin sadece dışsal değil, aynı zamanda içsel bir süreç olduğunu kabul eden manevi pedagojinin önemli bir parçasıdır.

3. Açık uçlu sorular ve yaratıcı yanıtlar (Wondering and Responding): Hikâyeden sonra yöneltilen sorular, çocuğun anlatıya kişisel yorumlar getirmesine olanak sağlar. "Bu hikâyede seni en çok etkileyen neydi?", "Sence bu hikâyede Tanrı ne yapıyor olabilir?" veya "Bu hikâyeyi kendi hayatınla nasıl ilişkilendirebilirsin?" gibi sorular, çocuğun düşünsel derinliğini ve manevî sezgisini geliştirmeye yöneliktir. Aynı zamanda çocuğun yaratıcı yollarla yanıt vermesi (örneğin resim yapma, heykel modelleme, drama vb.) teşvik edilir.

Godly Play, bilişsel gelişimden çok manevî farkındalığın artırılmasına odaklanan bir yaklaşımdır. Bu bağlamda, pedagojik işlevi geleneksel dogmatik anlatımdan farklıdır. Çocukların Tanrı'yla olan ilişkilerini kurmaları, dinî anlatılara dair kişisel yorumlar üretmeleri ve manevi kimliklerini inşa etmeleri sürecinde Godly Play, onlara açık ve güvenli bir öğrenme alanı sunar (Nye, 2009).

Yöntemin temel varsayımı, çocukların doğuştan gelen bir manevi duyarlılığa sahip oldukları ve bu duyarlılığın uygun pedagojik ortamlar aracılığıyla gelişebileceğidir. Bu yönüyle yaklaşım, James Fowler'ın inanç gelişimi kuramı (stages of faith development) ile de örtüşmektedir. Fowler'a göre çocukluk dönemi, sembolik düşüncenin geliştiği ve dini kavramların anlamlandırılmaya başlandığı kritik bir evredir (Fowler, 1981). Godly Play bu gelişimsel süreci destekleyici bir öğrenme ortamı sunar.

Sonuç olarak, Godly Play yaklaşımı din eğitiminin epistemolojik, pedagojik ve psikolojik boyutlarını bütüncül bir biçimde ele alan, çocuk merkezli ve yaratıcı bir modeldir. Anlatıya dayalı, sembollerle zenginleştirilmiş ve çocuğun bireysel katkısını esas alan bu yaklaşım, sadece bilgi öğretmekle kalmaz; aynı zamanda manevi anlam inşasına da rehberlik eder. Modern eğitim teorileriyle manevi gelişim arasında bütüncül bir bağ kuran bu yaklaşım; yapılandırmacı öğrenme, bilişsel gelişim kuramları ve insan merkezli eğitim anlayışlarından beslenmektedir (Oruç, 2019). Farklı dinî ve kültürel bağlamlara uyarlanabilir esnek yapısı sayesinde, çağdaş din eğitimi yaklaşımları içinde öne çıkan, dikkat çekici ve uygulanabilir bir yöntem olarak değerlendirilebilir.

Godly Play Yaklaşımının İslam Din Eğitimine Uyarlanabilirliği

Godly Play yaklaşımı, özellikle çocuk merkezli, deneyimsel ve yaratıcı din eğitimi modellerine duyulan ihtiyacın arttığı günümüzde, İslam din eğitimi açısından da önemli bir potansiyel taşımaktadır. Bu yaklaşımın pedagojik ve anlatı temelli yapısı, İslam dininin eğitimsel içeriğinde önemli yer tutan peygamber kıssaları, ahlaki temalar, manevî deneyimler ve ibadet merkezli anlatılar ile doğal bir uyum içindedir. İslam geleneğinde kıssaların (kıssa-i enbiyâ) eğitici işlevi tarihsel olarak güçlüdür ve Kur'an-ı Kerîm'de bu anlatılar, "ibret",

"öğüt" ve "rehberlik" amacıyla sunulmaktadır (Yusuf, 12/111). Godly Play'in yapısı ise tam da bu anlatıların çocuğun dünyasında anlam kazanmasına katkı sağlayacak bir öğrenme ortamı oluşturur.

Yaklaşımın İslam din eğitimine entegrasyonunda temel pedagojik süreç; anlatım, tefekkür ve yorumlama adımlarından oluşur. Örneğin, Hz. Yusuf'un hayatı ele alındığında, anlatım sürecinde çocuklara sadece bir metin okunmaz; bunun yerine, anlatı Godly Play'e özgü fiziksel materyaller ve dramatik anlatım teknikleri ile canlandırılır. Kuyunun minyatür bir modeli, Hz. Yusuf'un temsili figürü, kardeşleri, zindan ve saray sahneleri gibi görsel-işitsel öğeler, çocukların anlatının içine aktif olarak katılımını sağlar. Böylece anlatı, çocuğun yalnızca bilişsel değil; aynı zamanda duygusal ve estetik yönlerine de hitap eden çok boyutlu bir öğrenme deneyimine dönüşür.

Anlatım sonrasında ise çocuğun düşünsel ve manevi katılımını teşvik eden açık uçlu "meraklandırıcı" (wondering) sorular yöneltilir. Örneğin:

- "Bu hikâyede kendini kimin yerinde hissettin?"
- "Sence Hz. Yusuf kardeşlerini neden affetti?"
- "Bu olaylar senin hayatında nasıl bir anlam taşıyabilir?"

Bu tür sorular, çocuğun anlatıyla özdeşleşmesini, kişisel anlamlar üretmesini ve dini değerleri yalnızca öğrenmekle kalmayıp onları içselleştirmesini mümkün kılar. Ayrıca bu yaklaşım, öğrencinin manevî gelişim sürecini desteklerken aynı zamanda ahlaki muhakeme ve empatik düşünme gibi üst düzey düşünme becerilerini de geliştirmeye hizmet eder.

Godly Play'in İslam din eğitimi çerçevesinde kullanılabilirliği, yalnızca pedagojik düzlemde değil, aynı zamanda teolojik uygunluk açısından da değerlendirildiğinde, belirli ölçütler dâhilinde etkili olabilir. Özellikle kıssa anlatımının, Kur'an'da yer aldığı şekliyle sembolik, çok katmanlı ve mecazi dilin anlaşılır hâle getirilmesi noktasında bu yöntem önemli kolaylıklar sunar. Ayrıca geleneksel medrese eğitimi ya da modern sınıf içi uygulamalarda zaman zaman göz ardı edilen çocuğun manevi tecrübe kapasitesi, bu yaklaşımla aktif hâle getirilebilir.

Bu bağlamda, Godly Play'in İslam din eğitimi bağlamına taşınması, pedagojik bir model transferinden ibaret değildir. Aynı zamanda çocukların dinî anlatılarla kişisel, estetik ve manevî düzeyde bağ kurmalarını mümkün kılan bir din dili inşasıdır. Bu, klasik bilgi aktarımı yöntemlerinin ötesinde, çocuklara dinî metinleri yaşanabilir, yorumlanabilir ve içselleştirilebilir kılma sürecidir.

Nihayetinde Godly Play yaklaşımı, İslam din eğitiminin ezber ve dogmatik söylemden uzaklaşarak daha diyalojik, sorgulayıcı ve birey merkezli bir çizgiye taşınmasına katkı sağlayabilir. Ancak bu sürecin başarılı olabilmesi için yöntemsel uygulamanın, İslamî kaynakların ruhuna uygun bir şekilde, pedagojik ehliyet ve teolojik hassasiyetle yürütülmesi gerekmektedir.

Eğitimde dijital dönüşüm, öğrenme-öğretme süreçlerinin yeniden yapılandırılmasını gerekli kılmakta ve bu dönüşümden din eğitimi de doğrudan etkilenmektedir. Son yıllarda hızla gelişen yapay zekâ teknolojileri, kişiselleştirilmiş öğrenme, anlık geri bildirim, içerik oluşturma ve performans takibi gibi birçok alanda eğitsel yenilikler sunarken; bu teknolojilerin din eğitimi bağlamında nasıl ve ne şekilde işlevsel hâle getirileceği konusunda literatürde sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Özellikle ChatGPT gibi ileri düzey dil modellerinin, öğrencilerin bireysel öğrenme ihtiyaçlarına cevap verebilmesi, soyut dinî kavramları somutlaştırabilmesi ve öğreticilere pedagojik materyal üretiminde destek sağlaması gibi işlevleri, bu teknolojinin din eğitiminde kullanılabilirliğini tartışmaya açmıştır.

Bununla birlikte, geleneksel öğretim yöntemlerinin sınırlılıkları, öğrencilerin manevi gelişimini ve eleştirel düşünme becerilerini yeterince desteklememektedir. Bu durum, din eğitiminde daha yaratıcı, etkileşimli ve öğrenci merkezli yaklaşımların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, yapılandırmacı ve anlatı temelli bir yöntem olan Godly Play, öğrencilere dinî metinlerle diyalojik bir ilişki kurma imkânı sunarak anlam oluşturma süreçlerini desteklemektedir. Ancak bu yaklaşımın İslam din eğitimi bağlamında nasıl uyarlanabileceği, hangi pedagojik kazanımları sağlayabileceği ve yapay zekâ destekli bir sistemle nasıl entegre edilebileceği yeterince araştırılmamıştır.

Dolayısıyla bu araştırma, yapay zekâ tabanlı bir uygulama olarak ChatGPT'nin, Godly Play yaklaşımı temelinde Hz. Yusuf kıssası üzerinden İslam din eğitimi bağlamında nasıl kullanılabileceğini incelemeyi amaçlamaktadır. Böylece hem çağdaş teknolojilerin din eğitimine entegrasyonu hem de özgün bir anlatı yöntemi olan Godly Play'in farklı bir dinî-kültürel bağlamda uygulanabilirliği ortaya konulacaktır. Bu çalışma,

literatürdeki önemli bir boşluğu doldurarak, dijital çağda din eğitiminin pedagojik çerçevesine katkı sunmayı hedeflemektedir.

Yöntem

Bu araştırma, nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan durum çalışması (case study) desenine göre yapılandırılmıştır. Durum çalışması, belirli bir bağlamda sınırlı bir sistemi derinlemesine incelemek amacıyla kullanılan, çok boyutlu veri toplama tekniklerine dayalı bir araştırma yöntemidir (Chmiliar, 2017). Yin'e (2018) göre durum çalışması, "güncel bir olgunun kendi yaşam bağlamı içerisinde incelenmesini" amaçlayan bir yaklaşımdır. Merriam (2009) ise durum çalışmasını, sınırlı bir sistemin ayrıntılı biçimde tanımlanması ve analiz edilmesi süreci olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda durum çalışması, araştırılan olgunun bağlamsal dinamiklerini anlamak için sistematik ve kapsamlı bir analiz süreci gerektirir.

Araştırmanın temel amacı, yapay zekâ (YZ) uygulamalarının din eğitimi alanındaki potansiyelini ve sınırlılıklarını belirlemek üzere, Godly Play pedagojisi esas alınarak ChatGPT tarafından oluşturulan dersplanları pedagojik ve teolojik işlevselliğini incelemektir. Bu doğrultuda, OpenAI tarafından geliştirilen - Chat Generative Pretrained Transformer-ChatGPT-3.5 (ücretsiz sürüm) kullanılarak, 02.04.2025 tarihinde sisteme şu komut girilmiştir:

"Godly Play yaklaşımını temel alarak İslam Dinine göre okul öncesi ve ilkokul dönemi için Yusuf kıssası ile ilgili bir öğretim planı hazırla!"

Bu komut doğrultusunda yapay zekâ tarafından oluşturulan ders planları, doküman analizi yöntemiyle incelenmiştir. Doküman analizi, yazılı materyallerin sistematik bir biçimde incelenmesi ve içeriklerinin yorumlanması esasına dayanan bir nitel veri toplama yöntemidir (Bowen, 2009). Elde edilen içerikler, hem teolojik hem de pedagojik açılardan değerlendirilmiştir.

ChatGPT-3.5'in tercih edilme gerekçesi; bu sürümün ücretsiz erişilebilirliği, yaygın kullanıcı kitlesine sahip olması ve literatürde sıklıkla atıf yapılan bir model olmasıdır (Amin, Mao, Cambria & Schuller, 2023). Ayrıca, kullanıcı deneyimi açısından sunduğu pratiklik ve hız gibi faktörler, araştırma kapsamında bu sürümün seçilmesinde etkili olmuştur.

Bulgular

Bu araştırmada, ChatGPT tarafından Godly Play yaklaşımına göre Hz. Yusuf kıssası ile ilgili okul öncesi ve ilkokul düzeyine yönelik hazırlanan ders planlarından elde edilen veriler analiz edilmiştir. Bulgular, yöntem olarak Godly Play yaklaşımı ve ders planlarının temel bileşenleri olan amaç, materyal, içerik ve değerlendirme boyutları altında karşılaştırmalı olarak sunulmuştur.

1. Ders Planlarının Godly Play İlkeleriyle Tutarlılığına İlişkin Elde Edilen Bulgular ve Yorumlar

ChatGPT tarafından okulöncesi ve ilkokul düzeyleri için hazırlanan ders planlarında kullanılan yöntemlere ilişkin veriler, Godly Play yaklaşımı temelinde karşılaştırmalı olarak Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. *Godly Play İlkeleri ve Yöntemlerin Karşılaştırması*

Godly Play İlkeleri	Okulöncesi Dönem	İlkokul Dönemi
Hikâyeye ritüel giriş	Sessizlik, göz teması ve "eller hazır mı, kalpler hazır mı?" gibi ifadelerle sağlanmış.	Benzer şekilde ritüel başlama ifadesi ve beklenti oluşturma yer almaktadır.
Anlatıcının rehber rolü	Eğitmen öğretici değil, anlatıcı-ortak bir yolculuğa çıkan kişi konumundadır.	Rehber anlatım sürdürülmüş, özellikle sorular ve yorumlar yönlendirici değil düşündürücü kurgulanmıştır.
Merak ettirme – Wondering	Açık uçlu ve cevap zorunluluğu olmayan sorular kullanılmış	Yaş grubuna göre daha derinlemesine, empati odaklı sorular yöneltilmiştir.
Sembolik anlatım ve materyal kullanımı	Figürler, ışık taşı, gömlek gibi sade ama sembolik objeler yer alır.	Benzer figürler kullanılmış; ayrıca olaylara ait materyallerle sahneleme sağlanmıştır.
Yaratıcı dışavurum etkinlikleri	Boyama, dua kartı, hamurla modelleme gibi yöntemlerle duyguların ifadesi desteklenmiş.	Diyalog yazma, karakterle özdeşleşme, kısa rol oyunu gibi bilişsel düzeyi yüksek teknikler tercih edilmiştir.

Bu veriler doğrultusunda, her iki ders planın hem Godly Play pedagojisiyle bütünleştiği, hem de çocuğun gelişim düzeyine göre içerik ve etkinliklerde ayarlama yapıldığı görülmektedir. Bu, yöntemin yaşa uygun esnekliğe sahip olduğunu göstermektedir (Berryman, 2009).

2. Ders Planlarının Amaçlarına İlişkin Elde Edilen Bulgular ve Yorumlar

Çalışma kapsamında, ChatGPT tarafından ilkokul ve okulöncesi düzeylerine yönelik olarak hazırlanan ders planlarında yer alan dersin konusu, süresi ve kazanımlarına ilişkin veriler aşağıdaki Tablo 1 de verilmiştir.

Tablo 2. *Amaçların Karşılaştırılması*

	Okulöncesi Dönem	**İlkokul Dönemi**
Dersin Konusu	Hz. Yusuf'un hayatından yola çıkarak **sabır, güven ve affetme** gibi İslami değerleri tanımak	Hz. Yusuf'un hayatı üzerinden sabır, güven, affetme ve Allah'a tevekkül gibi değerlerin anlatılması.
Süre	**30 dakika**	**40-45 dakika**
Kazanımlar	• Hz. Yusuf'un hayatına dair temel olayları tanır. • Allah'a güvenme ve sabretmenin önemini fark eder. • Hikâyeyi canlandırma ve duygularını ifade etme becerisi geliştirir. • Dini hikâyelerle duygusal ve manevi bağ kurar.	• Öğrenciler Hz. Yusuf'un hayatındaki önemli olayları öğrenir. • Sabır, affetme ve Allah'a güvenme gibi değerlerin önemini kavrar. • Dini bir kıssayı dinleme ve anlamlandırma deneyimi yaşar. • Kendi hayatıyla kıssa arasında bağlantı kurabilir.

Hz. Yusuf'un hayatı temel alınarak okulöncesi ve ilkokul düzeyine yönelik olarak ChatGPT tarafından geliştirilen ders planlarında; sabır, güven, affetme ve tevekkül gibi temel İslamî değerlerin öğrencilere kazandırılması amaçlanmıştır. Söz konusu ders planlarında içerikler, öğrencilerin gelişimsel özellikleri, dikkat süreleri ve pedagojik ihtiyaçları dikkate alınarak yaş düzeylerine uygun biçimde yapılandırılmış ve farklılaştırılmıştır.

Ders planları konu açısından incelendiğinde, her iki düzeyde de Hz. Yusuf'un hayatı temel alınmış, ancak okulöncesi dönemde daha sade ve genel ifadelerle sabır, güven ve affetme gibi değerlerin tanıtılmasına odaklanılmıştır. Buna karşın ilkokul düzeyinde bu değerlere Allah'a tevekkül etme teması da eklenmiş, değerlerin daha açıklayıcı ve kavramsal düzeyde ele alındığı görülmüştür. Bu durum, bilişsel gelişim düzeyine uygun olarak içerik derinliğinin arttırıldığını göstermektedir.

Süre açısından, okulöncesi etkinliğin 30 dakika ile sınırlandırıldığı, ilkokul etkinliğinin ise 40-45 dakika olarak planlandığı tespit edilmiştir. Bu farklılık, yaş gruplarının dikkat süreleri ve öğrenme kapasiteleri dikkate alınarak yapılmıştır. Bu yönüyle içeriklerin pedagojik olarak uygun sürelerle yapılandırıldığı söylenebilir.

Kazanımlar açısından değerlendirildiğinde, her iki düzeyde de öğrencilerin Hz. Yusuf'un hayatına dair temel olayları öğrenmeleri ve dini değerlerle duygusal/manevi bağ kurmaları amaçlanmıştır. Okulöncesi kazanımlarda hikâyeyi canlandırma, duygularını ifade etme ve dini hikâyelerle empati kurma gibi daha çok **duyuşsal ve yaratıcı** becerilere ağırlık verildiği gözlemlenmiştir. İlkokul düzeyindeki kazanımlar ise bilişsel derinlik içermekte, öğrencilerin kıssa ile kendi yaşamları arasında bağlantı kurmaları, değerleri anlamlandırmaları ve içselleştirmeleri hedeflenmektedir.

Sonuç olarak, ChatGPT tarafından geliştirilen içeriklerin yaş gruplarına uygun biçimde yapılandırıldığı, her iki eğitim düzeyinde de hem bilişsel hem de duyuşsal gelişimi destekleyici kazanımlar içerdiği görülmüştür. Bu bulgular, yapay zekâ destekli içerik üretiminin farklı yaş gruplarına yönelik dini/manevi eğitimi destekleme potansiyelini ortaya koymaktadır.

3. Ders Planlarının Materyal Kullanımına İlişkin Elde Edilen Bulgular ve Yorumlar

Çalışma kapsamında, ChatGPT tarafından ilkokul ve okulöncesi düzeylerine yönelik olarak hazırlanan ders planlarında yer alan öğretim materyallere ilişkin veriler aşağıdaki Tablo 2 de verilmiştir.

Tablo 3. *Materyallerin Karşılaştırılması*

	Okulöncesi Dönem	İlkokul Dönemi
Materyaller	• Küçük figür: Yusuf (gülen yüzlü çocuk) • Minyatür bir kuyu (derin bir kâse/kutu) • Beyaz bir kumaş (gömlek) • Küçük torba (hazinenin sembolü) • Figürler: Baba Yakup, kardeşler, kral (taç takabilir) • Mum ya da ışık taşı (Allah'ın rehberliğini sembolize eder)	• Beyaz gömlek (Hz. Yusuf'un gömleğini temsil etmek için) • Minyatür bir kuyu (bir kutu ya da derin tabak) • Küçük kumaş torbalar (Mısır hazinelerini temsil edebilir) • Figürler: Hz. Yusuf, kardeşler, baba Yakup, kral (Firavun), zindandaki arkadaşlar

Okulöncesi ve ilkokul düzeylerine yönelik olarak ChatGPT tarafından geliştirilen ders içeriklerinde kullanılan öğretim materyalleri, hedef yaş grubunun gelişim özellikleri göz önünde bulundurularak farklılaştırılmıştır. Her iki düzeyde de Hz. Yusuf'un hayatını temsil eden somut materyallerin yer aldığı görülmekle birlikte, bu materyallerin tasarımı ve sunum biçimi öğrencilerin yaşlarına ve algı düzeylerine göre şekillendirilmiştir.

Okulöncesi döneme yönelik hazırlanan materyaller, daha çok duyuşsal ve oyun temelli öğrenmeyi desteklemeye yöneliktir. Küçük figürler (gülen yüzlü Yusuf, kardeşler, kral vb.), minyatür objeler (kuyu, torba, gömlek) ve sembolik öğeler (mum ya da ışık taşı) kullanılarak çocukların hayal gücü ve hikâye ile duygusal bağ kurmaları teşvik edilmiştir. Özellikle ışık taşı gibi sembolik öğelerle çocukların dini kavramları somutlaştırmaları amaçlanmıştır. Bu durum, okulöncesi eğitimde sıkça önerilen somut materyallerle öğrenme yaklaşımıyla uyumludur (Kavak & Coşkun, 2017; Piaget, 1977).

İlkokul dönemine yönelik hazırlanan materyaller ise benzer temalar içermekle birlikte, daha fazla karakter figürü ve olay çeşitliliği barındırmaktadır. Zindandaki arkadaşlar gibi detaylar eklenerek olay örgüsüne derinlik kazandırılmış, bu da öğrencilerin hikâyeyi daha analitik biçimde değerlendirebilmelerini sağlamayı hedeflemiştir. Ayrıca, figürlerin sembolik anlamlarıyla birlikte sunulması, değer aktarımını destekleyici bir yöntem olarak değerlendirilmiştir (Ulusoy, 2010).

Her iki düzeyde de kullanılan materyallerin ortak özelliği, hikâyeyi canlandırma ve öğrencilerin aktif katılımını teşvik etme amacı taşımasıdır. Bu durum, dini/manevi eğitimde anlatılan kıssaların öğrenciler tarafından daha etkili biçimde içselleştirilmesini desteklemektedir. Nitekim, hikâyelerin somut araçlarla desteklenerek anlatılması, çocukların öğrenme süreçlerinde kalıcılığı artırmaktadır (Çelik, 2022).

Bu bulgular ışığında, yapay zekâ temelli içerik üretiminin sadece metinsel değil, aynı zamanda pedagojik materyal tasarımı açısından da yaş gruplarına duyarlı ve etkili biçimde yapılandırılabileceği görülmektedir. Gerek okulöncesi gerekse ilkokul düzeyinde, anlamlı öğrenme için uygun materyal kullanımı, değerler eğitiminin başarısını artıran önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

4. Ders Planlarının İçerik Boyutuna İlişkin Elde Edilen Bulgular ve Yorumlar

ChatGPT tarafından okulöncesi ve ilkokul seviyelerine yönelik hazırlanan ders planlarında yer alan Hz. Yusuf'un hayatıyla ilgili konu anlatımına ilişkin veriler, Tablo 3'de detaylı olarak gösterilmiştir.

Tablo 4. *İçerik Karşılaştırılması*

	Okulöncesi Dönem	İlkokul Dönemi
İçerik	"Bugün size çok eski ama çok güzel bir kıssa anlatacağım. Bu kıssa, Yusuf adında bir çocukla ilgili…" "Şimdi çok eski bir zamanın, çok uzak bir yerin hikâyesini duyacağız. Hazırsanız başlayalım… Ellerimiz hazır mı? Kalbimiz hazır mı dinlemeye?" (Sessizlik ve göz teması kurulur. Dikkat yavaşça toplanır.) "Bu, çok güzel kalpli bir çocuğun hikâyesi… Onu Allah çok severdi. Ve onunla hep birlikteydi…"	"Şimdi çok eski bir zamanın, çok uzak bir yerin hikâyesini duyacağız. Hazırsanız başlayalım… Ellerimiz hazır mı? Kalbimiz de hazır mı dinlemeye?" *Bu bir sıradan hikâye değil. Bu, Allah'ın sevgisinin hiç bitmediği bir insanın hikâyesi…"*

Tablo 4. *Devamı*

	Okulöncesi Dönem	İlkokul Dönemi
İçerik	**✨ Yusuf'un Rüyası ve Gömleği** "Bu Yusuf. (Figür gösterilir.) O çok temiz kalpli bir çocuktu. Allah'ı çok severdi. Babası Yakup da onu çok severdi." (Küçük kumaş – "gömlek" – Yusuf figürüne sarılır.) "Bir gece Yusuf çok güzel bir rüya gördü. Güneş, ay ve yıldızlar onun önünde eğiliyordu. Bu, onun için özel bir rüyaydı. Allah ona bir şey söylüyordu belki…"	**1. Yusuf'un Rüyası ve Gömleği** "Bir zamanlar Yakup adında bir peygamber vardı. Onun birçok oğlu vardı. Ama içlerinde bir tanesi vardı ki… Onun kalbine çok yakındı: Yusuf." Çok severdi Yusuf'u. Çünkü Yusuf çok temiz kalpli, dürüst ve güzel bir çocuktu." "Bir gece Yusuf bir rüya gördü. Rüyasında 11 yıldız, güneş ve ay onun önünde eğiliyordu. Bu ne anlama gelebilirdi? Hz. Yakup, bu rüyayı ilahî bir işaret olarak yorumladı ve Yusuf'un büyük bir makama geleceğini hissetti. Kardeşleri bu rüyayı duyunca çok öfkelendiler… Çünkü Yusuf'u kıskanıyorlardı.
	🕳️ Kuyuya Atılması "Ama Yusuf'un kardeşleri çok kıskandılar… Bir gün onu gezmeye götürdüler. Ve… Onu bir kuyuya attılar." (Yusuf figürü yavaşça kuyuya bırakılır. Sessizlik.) "Yusuf orada çok yalnızdı. Ama… Allah onunlaydı. Karanlıkta bile…"	**🕳️ 2. Yusuf'un Kuyuya Atılması** "Bir gün kardeşleri Yusuf'u gezmeye götürmek istediler. Ona bir gömlek giydirdiler. Sonra babalarından izin alarak hep beraber pikniğe gittiler. Ama planları farklıydı. Yusuf'u bir kuyuya attılar." *(Yusuf figürü dikkatle kuyuya bırakılır. Sessizlik…)* "Yusuf karanlıkta yalnız kaldı… Ama orada bile Allah onu yalnız bırakmadı." "Kardeşleri, Yusuf'un gömleğini kana bulayıp babalarına götürdüler: 'Onu bir kurt yedi…' dediler. Babaları Yakup çok üzüldü. Çok ağladı. Yusuf'un öldüğünü sandı…
	🐪 Mısır'a Yolculuk ve Sabır "Bir kervan Yusuf'u buldu. Onu uzak bir şehre götürdüler: Mısır. Yusuf orada çok çalıştı. Hep iyilik yaptı. Ama sonra ona iftira atıldı… Ve zindana kondu." (Yusuf figürü başka küçük bir kutuya alınır.) "Zindanda da yalnızdı. Ama Allah onu hiç yalnız bırakmadı. Orada da güzel kalpli olmaya devam etti."	**🐪 3. Yusuf'un Mısır'a Satılması** Bir kervan gelip Yusuf'u buldu. Onu Mısır'a götürdüler. Yusuf, bir evde hizmetçi olarak çalışmaya başladı. Allah onunla birlikteydi. Ne iş yapsa güzel olurdu." "Ama sonra Yusuf'a iftira atıldı ve zindana atıldı." *(Zindan gibi gösterilen küçük bir kutuya Yusuf figürü alınır.)* "Zindanda bile Yusuf sabretti, Allah'a dua etti. Orada da iyilik yaptı. İki kişi rüya görmüştü, Yusuf onların rüyalarını yorumladı. Rüyalar doğru çıktı…"
	👑 Kralın Rüyası ve Yusuf'un Yükselişi "Bir gün kral çok tuhaf bir rüya gördü. Hiç kimse ne olduğunu anlayamadı. Ama Yusuf, Allah'ın yardımıyla rüyayı açıkladı." "Kral onu ödüllendirdi. Artık Yusuf çok önemli bir kişi oldu. İnsanlara yardım etti."	**4. Firavunun Rüyası ve Yusuf'un Yükselişi** "Bir gün Mısır kralı – Firavun – çok garip bir rüya gördü: 7 şişman inek ve 7 zayıf inek. 7 dolu başak ve 7 kuru başak…" "Kimse bu rüyayı anlayamadı. Ama Yusuf'un zindanda rüya yorumladığını bilen biri vardı. Yusuf'u Firavun'a getirdiler." Yusuf bu rüyayı Allah'ın yardımıyla açıkladı: " 'Bu rüyayı Allah'tan gelen bir bilgiyle yorumluyorum. 7 yıl bolluk olacak, sonra 7 yıl kıtlık.'" "Firavun çok etkilendi. Yusuf'u sarayına aldı. Yusuf'u, tüm buğday ve yiyeceklerin başına geçirdi. Artık Yusuf, Mısır'ın en güçlü kişilerinden biri olmuştu."
	Affetmek ve Buluşma "Yıllar sonra, Yusuf'un kardeşleri Mısır'a geldi. Yusuf'u tanımadılar. Ama Yusuf onları tanıdı." "Kardeşleri üzgündü. Yusuf onları cezalandırmadı… Ağladı… ve dedi ki: 'Ben Yusuf'um. Kardeşinizim…'" "Ve onları affetti. Kalbi sevgiyle doluydu. Sonra babasını da getirdiler. Baba-oğul birbirine kavuştu. Hepsi çok mutlu oldu. Çünkü Allah, hepsine merhamet etmişti."	**5. Kardeşlerle Buluşma ve Affetme** "Kıtlık geldi. Yusuf'un kardeşleri, yiyecek almak için Mısır'a geldiler. Ama Yusuf'u tanımadılar." *(Yusuf figürü onlara bakar, ama tanıtılmaz.)* "Yusuf onlara bazı sorular sordu. Küçük kardeşi Bünyamin'i görmek istedi. Sonra onlara bir test yaptı: Kalplerinin değişip değişmediğini görmek istedi…" "En sonunda, Yusuf gözyaşlarıyla dedi ki: 'Ben Yusuf'um… kardeşinizim…'" *(Dramatik bir duraklama…)* "Kardeşleri çok korktu. 'Yusuf'un onları cezalandıracağını sandılar. Ama Yusuf, onları affetti." "Benim buraya gelmem Allah'ın planıydı. Beni kurtardı, şimdi sizi de kurtarıyor,' dedi." "Sonra kardeşleri babaları Yakup'u getirdi. Baba-oğul yıllar sonra kavuştu. Hepsi tekrar bir araya geldi. Baba Yakup'un gözleri mutluluktan tekrar görmeye başladı."

ChatGPT tarafından okulöncesi ve ilkokul düzeyleri için geliştirilen içeriklerin her iki düzeyde de İslami değerleri aktarma amacını taşıdığı, ancak bu amacın yaş gruplarının bilişsel, duyuşsal ve dil gelişim düzeylerine uygun biçimde farklılaştırıldığı görülmektedir.

a. Anlatım Dili ve Üslup Açısından. Okulöncesi düzeyde hazırlanan içerikte anlatım dili sade, tekrarlayıcı ve ritmik bir yapıya sahiptir. Anlatı, çocukların dikkatini çekmeye yönelik sözlü komutlar (Ellerimiz hazır mı? Kalbimiz hazır mı?) sessizlik anları, figürle ilişkilendirme ve duygusal betimlemeler içermektedir. Özellikle görselleştirme, kişiselleştirme (örneğin: "Bu Yusuf. Çok temiz kalpli bir çocuktu.") ve kısa cümle yapıları, okulöncesi çocukların hikâyeyi daha kolay takip etmelerine ve duygusal bağ kurmalarına olanak tanımaktadır. Bu yaklaşım, okulöncesi çocukların somut işlemler dönemi özellikleriyle uyumludur (Piaget, 1977).

İlkokul düzeyindeki içerik ise daha karmaşık cümle yapıları, tarihsel ve dini terimlere (örneğin ilahî işaret, kıssa, Firavun) yer verilmesi ve olaylar arası neden-sonuç ilişkilerinin kurulması ile dikkat çekmektedir. Anlatı, sadece olayların aktarımına değil, aynı zamanda olayların ahlaki ve dini boyutlarını kavramsal düzeyde anlamaya da yöneliktir. Bu durum, öğrencilerin bilişsel gelişim düzeyinde artış ve soyut kavramlarla ilişki kurabilme becerisiyle doğrudan ilişkilidir.

b. Yapı ve İçerik Derinliği. Her iki içerikte de Hz. Yusuf'un hayatının temel olay örgüsü korunmuş olmakla birlikte, okulöncesi ders planında olayların daha kısa, öz ve duygusal anlatımlarla aktarıldığı görülmektedir. "Yusuf kuyuya atıldı. Ama Allah onunlaydı…" gibi ifadelerle, hem olayın özü hem de dini mesaj sade biçimde sunulmaktadır. Bunun yanı sıra, anlatıda duyusal unsurların (sessizlik, figürle canlandırma, gömlek sarma vb.) yoğunluğu dikkat çekicidir. Bu, okulöncesi düzeyde hikâye anlatımında dramatizasyon ve duygu temelli öğrenme yaklaşımlarının etkili kullanımını göstermektedir (Harris, Anderson & Visconti, 2022).

İlkokul düzeyindeki ders planında ise kıssaya dair tüm temel aşamalar (rüya, kuyu, Mısır'a yolculuk, iftira, zindan, rüya yorumu, iktidar, kardeşlerle karşılaşma, affetme) ayrıntılı biçimde ele alınmıştır. Özellikle Yusuf'un sabrı, tevekkülü ve affediciliği gibi değerler doğrudan işlenmiş, bu değerlerin gerekçeleri ve sonuçları açıklanmıştır. Ayrıca, dramatik duraklamalar ve betimleyici anlatım unsurları (örneğin "Dramatik bir duraklama…", "Yusuf figürü onlara bakar…") çocukların empati kurma becerisini desteklemektedir.

c. Değer Aktarımı Yöntemi. Her iki düzeyde de kıssa, dini ve ahlaki değerleri (sabır, affetme, tevekkül, sadakat) doğrudan veya dolaylı biçimde aktarma amacı taşımaktadır. Okulöncesinde bu değerler daha çok duygusal bağ kurma ve canlandırma yoluyla kazandırılmaya çalışılırken, ilkokulda bu değerler düşünsel sorgulama ve olaylar arası ilişki kurma yoluyla içselleştirilmek istenmiştir. Bu durum, yaş gruplarına uygun bir değerler eğitimi yaklaşımının benimsendiğini göstermektedir (Kaya, Günay & Aydın, 2016).

Sonuç olarak **b**u bulgular, ChatGPT'nin yaş düzeyine uygun dini içerik üretiminde pedagojik olarak farklılaştırılmış yapı ve anlatım sunabildiğini göstermektedir. Hem okulöncesi hem de ilkokul dönemlerine yönelik hazırlanan içeriklerin, öğrencilerin dini kavramları hem bilişsel hem de duyuşsal düzeyde kavramalarına katkı sunduğu söylenebilir. Özellikle figüratif anlatım, dramatik duraklamalar ve sembollerle desteklenen anlatı biçimi, manevi gelişim ile estetik öğrenme deneyimi arasındaki ilişkiyi güçlendirmektedir.

5. Ders Planlarının Değerlendirme Boyutuna İlişkin Elde Edilen Bulgular ve Yorumlar

ChatGPT tarafından okulöncesi ve ilkokul seviyelerine yönelik hazırlanan ders planlarında yer alan değerlendirme bölümüne ilişkin veriler, Tablo 4'de detaylı olarak gösterilmiştir.

Tablo 5. *Değerlendirme Bölümünün Karşılaştırılması*

	Okulöncesi Dönem	İlkokul Dönemi
Değerlendirme	"Şimdi biraz düşünelim…" • "Yusuf kuyudayken Allah nerede olabilir?" • "Yusuf hiç kızmadı. Affetti. Sizce neden?" • "Siz olsaydınız Yusuf'a ne söylemek isterdiniz?" • "Bu hikâyede sizi en çok mutlu eden yer hangisi oldu?" (*Çocuklar cevap vermek zorunda değil. Sadece düşünmeleri yeterlidir.*)	Şimdi bazı sorular var… • Sence Yusuf en çok ne zaman yalnız hissetmiş olabilir? • Kardeşleri Yusuf'u kuyuya attığında neler hissetmiş olabilirler? • Yusuf neden affetti kardeşlerini sence? • Bu hikâyede seni en çok etkileyen yer neresi oldu? • Bu hikâyede Allah nerede?

ChatGPT tarafından geliştirilen okulöncesi ve ilkokul düzeyine uygun Hz. Yusuf kıssasına dayalı ders planlarında yer alan değerlendirme uygulamalarının, çocukların dini ve ahlaki değerleri içselleştirmelerine yönelik duyuşsal ve bilişsel süreçleri harekete geçirmeyi amaçladığı görülmektedir.

Okulöncesi döneme yönelik değerlendirme sorularının, daha çok çocukların duygularını tanımalarına, hayal güçlerini kullanmalarına ve kıssa ile empatik bağ kurmalarına imkân tanıdığı gözlemlenmiştir. Örneğin, "Yusuf kuyudayken Allah nerede olabilir?" ya da "Bu hikâyede sizi en çok mutlu eden yer hangisi oldu?" gibi sorular, çocukların dini kavramlarla (Allah'ın her zaman yanında olması gibi) erken yaşta tanışmalarını sağlarken, düşünmeye zorlamadan sadece sezgisel farkındalık kazandırmayı hedeflemektedir. Ayrıca çocukların cevap verme zorunluluğu olmadan sadece düşünmeleri teşvik edilerek, gelişimsel özellikleriyle uyumlu bir öğrenme ortamı sağlanmıştır.

İlkokul döneminde ise soruların bilişsel derinliği arttırıldığı ve öğrencilerin olaylar arasında neden-sonuç ilişkileri kurmasına olanak tanındığı dikkat çekmektedir. "Yusuf neden affetti kardeşlerini sence?" ya da "Bu hikâyede Allah nerede?" gibi sorular, hem dini değerlerin (affetme, tevekkül) sorgulanarak anlaşılmasını sağlamakta hem de öğrencilerin düşünsel düzeyde manevi değerlerle bağlantı kurmalarına katkı sunmaktadır. Bu yaklaşım, ilkokul döneminde artan zihinsel gelişim düzeyine uygun olarak daha fazla analiz ve yorum yapma becerilerini desteklemektedir.

Her iki dönemde de değerlendirme süreci, klasik doğru-yanlış temelli ölçme yerine öğrencinin düşünce sürecini anlamaya yönelik yapılandırılmıştır. Bu durum, değerler eğitiminin ölçülmesinde çağdaş yaklaşımlar doğrultusunda daha niteliksel ve öğrenci merkezli bir anlayış benimsendiğini göstermektedir. Nitekim literatürde de duyuşsal kazanımların değerlendirilmesinde açık uçlu, düşünmeye sevk eden soruların etkili olduğu vurgulanmaktadır (Karagöl ve Adıgüzel, 2022).

Sonuç olarak, her iki düzeydeki değerlendirme soruları yaş gruplarının bilişsel ve duygusal gelişim düzeyleriyle uyumlu olacak şekilde yapılandırılmış; dini-manevi değerlerin içselleştirilmesine katkı sağlayacak pedagojik stratejiler başarıyla uygulanmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma, ChatGPT tarafından Godly Play pedagojik yaklaşımı temel alınarak hazırlanmış Hz. Yusuf kıssası içerikli ders planlarının okul öncesi ve ilkokul düzeylerine yönelik analizini kapsamaktadır. Araştırmanın amacı, yapay zekâ destekli içerik üretiminin dini eğitim bağlamında yaş gruplarına uygun pedagojik farklılaştırmayı nasıl sağladığını incelemektir. Çalışmada, Godly Play yaklaşımının temel ilkeleri doğrultusunda hazırlanan ders planları; amaç, materyal, içerik ve değerlendirme boyutları açısından karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

İlk olarak, ders planlarının Godly Play ilkeleriyle tutarlılığı analiz edilmiştir. Hem okul öncesi hem de ilkokul düzeyinde, hikâyeye ritüel giriş, anlatıcının rehber rolü, merak ettirme (wondering), sembolik anlatım ve yaratıcı dışavurum etkinlikleri gibi temel unsurların benzer biçimde uygulandığı, ancak her yaş grubunun gelişim özelliklerine göre içerik ve etkinliklerin farklılaştırıldığı görülmüştür. Okul öncesi dönemde daha basit, duyuşsal ve oyun temelli etkinlikler yer alırken, ilkokulda daha derinlemesine düşünme ve empati kurmaya yönelik bilişsel etkinliklere ağırlık verilmiştir. Bu durum, Godly Play yaklaşımının esnek yapısını ve yaşa uygun pedagojik düzenlemeler yapma kapasitesini ortaya koymaktadır.

Ders planlarının amaçlarına ilişkin bulgular, her iki düzeyde Hz. Yusuf'un hayatı üzerinden sabır, güven, affetme ve tevekkül gibi temel İslami değerlerin öğrencilere kazandırılmasının hedeflendiğini göstermektedir. İçeriklerin çocukların bilişsel ve duyuşsal gelişim düzeylerine göre yapılandırıldığı, okul öncesinde daha genel ve basit ifadelerle değerlerin tanıtıldığı, ilkokulda ise bu değerlerin daha kavramsal ve açıklayıcı biçimde işlendiği tespit edilmiştir. Süre açısından da dikkate değer farklılıklar olup, okul öncesi etkinlik 30 dakika, ilkokul etkinliği ise 40-45 dakika olarak planlanmıştır. Kazanımlar ise, okul öncesinde daha çok duygusal ifade ve canlandırma becerilerine odaklanırken, ilkokul düzeyinde kıssayla öğrencilerin kendi yaşamları arasında ilişki kurmaları ve değerleri içselleştirmeleri amaçlanmıştır.

Materyal kullanımı boyutunda, her iki eğitim düzeyine uygun somut ve sembolik materyallerin seçildiği ve kullanıldığı gözlemlenmiştir. Okul öncesinde figürler ve basit semboller çocukların hayal gücünü destekleyici ve duyuşsal öğrenmeyi teşvik edici şekilde tasarlanırken, ilkokul düzeyinde materyallerin çeşitliliği artmış, olay örgüsüne ilişkin ayrıntılar eklenerek analitik düşünme desteklenmiştir. Her iki düzeyde de materyallerin aktif katılımı ve hikâyenin canlandırılmasını destekleyici işlev gördüğü, bu sayede öğrenme kalıcılığının artırıldığı belirlenmiştir.

İçerik boyutunda, okul öncesi ders planlarının daha sade, ritmik ve tekrarlayıcı bir anlatıma sahip olduğu; çocukların dikkatini çekmek ve duygusal bağ kurmalarını sağlamak amacıyla figür ve dramatizasyon tekniklerinin kullanıldığı görülmüştür. İlkokul içerikleri ise daha karmaşık cümle yapıları, tarihsel ve dini terimlerin kullanımı ile derinlik kazanmakta, olayların ahlaki ve dini boyutları kavramsal düzeyde işlenmektedir. Bu farklılık, yaş gruplarının bilişsel gelişim seviyelerine uygun olarak içerik derinliğinin ayarlandığını göstermektedir.

Değer aktarımı yönteminde, okul öncesinde değerler daha çok duygusal bağ ve canlandırmalar yoluyla kazandırılırken, ilkokulda değerler düşünsel sorgulama ve olaylar arası ilişki kurma yoluyla içselleştirilmeye çalışılmıştır. Bu yaklaşım, yaş gruplarına uygun etkili bir değerler eğitimi modelinin benimsendiğini ortaya koymaktadır.

Son olarak değerlendirme boyutunda, her iki düzeyde öğrencilerin düşünmeye teşvik edildiği, yaşa uygun açık uçlu sorular ve empati geliştirme çalışmaları ile öğrenmenin pekiştirildiği görülmüştür.

Genel olarak, yapay zekâ ve dijital teknolojilerle desteklenen dini eğitim içeriklerinin, pedagojik açıdan farklılaştırılabilir, yaşa ve gelişim düzeyine uygun biçimde hazırlanmasının mümkün olduğu ortaya konmuştur. Godly Play yaklaşımı temelinde tasarlanan ders planlarının hem içerik hem de materyal açısından sağladığı esneklik, yapay zekâ destekli eğitim teknolojilerinin dini ve manevi eğitim alanında etkin kullanılabileceğini göstermektedir. Ancak bu teknolojik dönüşüm sürecinde insan faktörünün, özellikle din eğitimcisinin pedagojik liderlik rolünün ve yüz yüze ilişkinin vazgeçilmez olduğu unutulmamalıdır. Böylelikle, din eğitimi çocukların bilişsel, duygusal ve sosyal gelişimlerini bütüncül biçimde destekleyen, teknolojiyi pedagojik bir araç olarak etkin kullanan, dengeli ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşabilir.

Öneriler

1. YZ tabanlı içeriklerin özellikle dini eğitim gibi hassas ve değer odaklı alanlarda kullanılabilmesi için, eğitimcilerin bu içerikleri sadece doğrudan kullanmak yerine pedagojik ve teolojik açıdan gözden geçirmeleri önerilir. Bu bağlamda, öğretmenlerin yapay zekâ çıktılarından faydalanarak kendi bağlamsal bilgi ve değer süzgeçleriyle içerikleri yeniden yapılandırmaları önem arz etmektedir.

2. Çalışma, sembolik ve hikâye temelli bir yaklaşım olan Godly Play pedagojisinin yapay zekâ destekli uygulamalarla uyumlu bir biçimde yapılandırılabileceğini göstermiştir. Bu bulgu doğrultusunda, özellikle okul öncesi ve ilkokul düzeyine yönelik dijital öğretim platformlarında Godly Play modeline dayalı dijital materyal ve içeriklerin geliştirilmesi teşvik edilmelidir.

3. Yapay zekâ araçlarının sunduğu içerik üretme esnekliği, öğretmenlere öğrencilerin yaş ve bilişsel gelişim düzeylerine göre farklılaştırılmış ders planları tasarlama imkânı sunmaktadır. Bu bağlamda, öğretmen eğitim programlarına "yaşa uygun yapay zekâ destekli ders planlama" modülleri entegre edilmesi önerilmektedir.

4. Yapay zekâ araçları, duygusal bağ ve düşünsel sorgulamayı birlikte destekleyen değerler eğitimi uygulamaları açısından önemli bir potansiyel sunmaktadır. Bu nedenle, sınıf içi uygulamaların yanı sıra dijital içeriklerle desteklenen hibrit (karma) öğrenme modelleri geliştirilerek öğrencilerin dini değerleri çok boyutlu bir şekilde içselleştirmeleri sağlanabilir.

5. Yapay zekâ temelli içeriklerin kullanımında, özellikle dini ve manevi içeriklerde etik sınırların çizilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, din eğitimi uzmanları, ilahiyatçılar ve eğitim teknolojisi geliştiricilerinin iş birliğiyle hazırlanacak etik rehberler, içerik üretiminde standartları belirlemeye yardımcı olabilir.

6. YZ teknolojilerinden etkin biçimde yararlanılabilmesi için din eğitimi veren öğretmenlerin dijital pedagojik becerilerinin artırılması gereklidir. Bu doğrultuda, hizmet içi eğitim programları aracılığıyla öğretmenlere yapay zekâ destekli araçların kullanımına dair uygulamalı eğitimler verilmelidir.

7. Din eğitimi özelinde yapay zekâ ile üretilen içeriklerin pedagojik uygunluğunu, dini-teolojik doğruluğunu ve yaşa göre etkili olup olmadığını değerlendirmeye yönelik özgün ölçme-değerlendirme araçları geliştirilmelidir. Bu araçlar, hem araştırma hem de uygulama süreçlerinde kalite güvencesi sağlayacaktır..

Etik Beyan

"Din Eğitiminde Yapay Zekâ Destekli Godly Play Yaklaşımı: Hz. Yusuf Örneği" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Artificial Intelligence Supported Godly Play Approach in Religious Education: The Example of Prophet Yusuf*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Amin, M. M., Mao, R., Cambria, E., & Schuller, B. W. (2023). A Wide Evaluation of ChatGPT on Affective Computing Tasks.

Atik, A. (2024). Teknolojinin Din Eğitimi ile Bütünleştirilmesinin İmkânı, İçinde R. Demir ve H. Sarı (Edt.), Dijital dönüşüm ve din (ss.219-248). İstanbul: Kitap Dünyası.

Berryman, J. W. (2009). Teaching Godly Play: How to mentor the spiritual development of children. Morehouse Publishing.

Bowen, G. A., (2009), 'Document Analysis as a Qualitative Research Method', Qualitative Research Journal, vol. 9, no. 2, pp. 27-40.

Chmiliar, l. (2010). Multiple-case designs. In A. J. Mills, G. Eurepas & E. Wiebe (Eds.), Encyclopedia of case study research (pp 582-583). USA: SAGE.

Çelik, Y. (2022). Etkileşimli masal anlatımı uygulamasının çocukların dil gelişimine etkisi (Yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

Demir, R. (2021). Din öğretiminde kullanılan araç gereç ve materyaller, İçinde T. Yürük ve R. Demir (Edt.), Din öğretiminde teknoloji ve materyal geliştirme (ss. 59-98). Ankara: Nobel Yayınları.

Fowler, J. W., (1981), Stages of Faith: The Psychology of Human Development and the Quest for Meaning, San Francisco: Harper and Row.

Harris, V.W., Anderson, J. & Visconti, B. (2022), Social emotional ability development (SEAD): An integrated model of practical emotion-based competencies. Motiv Emot 46, 226–253

Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2019). Artificial intelligence in education: Promises and implications for teaching and learning. Center for Curriculum Redesign.

Hyde, B. (2010). Godly play nourishing children's spirituality: A case study. Religious Education, 105(5), 504–518.

Karagöl, İ. ve Adıgüzel, O.C. (2022). Duyuşsal Alan ve Duyuşsal Alan Taksonomileri. Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (AUJEF), 6(2), 217-240

Karslı, T. A. (2024). Yapay zeka ve bilinç: Anlamsal ve duygusal/heyecansal boyutları üzerinden bir değerlendirme. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 13(4), 192–213.

Kavak, Ş., & Coşkun, H. (2017). Erken çocukluk eğitiminde eğitici materyal geliştirmenin önemi. Uluslararası Erken Çocukluk Eğitimi Çalışmaları Dergisi (International Journal of Early Childhood Education Studies), 2(2), 11–20.

Kaya, Y., Günay, R., & Aydın, H. (2016). Okul Öncesi Eğitimde Drama Yöntemi ile İşlenen Değerler Eğitimi Derslerinin Farkındalık Düzeyi Üzerindeki Etkisi. Sakarya University Journal of Education, 6(1), 23-37.

Kulat, M. A. (2017). Türkiye'de toplumun dine ve dini değerlere bakışı. Ankara: MAK Danışmanlık.

Luckin, R. (2017). Towards artificial intelligence-based assessment systems. Nature Human Behaviour, 1(3), Article.

Merriam, S.B. (2013) Nitel Araştırma, Desen Uygulama İçin Bir Rehber, ed. Selahattin Turan, Ankara: Nobel Yayıncılık.

Nye, R. (2009). Children's spirituality: What it is and why it matters. London: Church House Publishing.

Oruç, C. (2021). Eğitimde okuryazarlık becerileri- III. E. Koçoğlu (Ed.), Okuryazarlık becerileri (xxx-xxx). Pegem Akademi: Ankara.

Piaget, J. (1977). The Development of Thought. Equilibration of Cognitive Structures. Oxford: Basil Blackwell.

Kurzweil, R. (1992), The Age of Intelligent Machines, Cambridge: The MIT Press.

Sartori, G. (2004). Görmenin iktidarı (çev. G. Batuş & B. Ulukan). İstanbul: Karakutu Yayınları.

Trocholepczy, B. (2021). Dijital Medya ve Din Eğitimi: Ayrı dünyalar? Çocuk ve Medeniyet, 6/12, 183-196.

Ulusoy, K. (2010). Değer eğitimi: Davranışçı ve yapılandırmacı yaklaşıma göre hazırlanan tarih programlarında değer aktarımı. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12(1), 32–51.

Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

EXTENDED ABSTRACT

This study aims to analyze how artificial intelligence (AI) technologies can be functionalized within the context of religious education and to what extent they can be effectively used as pedagogical tools. Specifically, it examines the applicability of lesson plans generated by ChatGPT, based on the Godly Play pedagogy, at the preschool and primary school levels. Godly Play is a child-centered, narrative-based, and creative learning model inspired by the Montessori approach. It is a unique pedagogical method designed to enable children to establish meaningful connections with religious narratives. In this study, the story of Prophet Yusuf (Joseph), which holds significant importance in Islam, was selected as a case example. ChatGPT was tasked with generating two age-appropriate lesson plans based on this narrative. The research aims to evaluate these AI-generated contents both in terms of pedagogical principles and their meaningfulness within the framework of Islamic religious education. The study was conducted using the case study method, one of the qualitative research designs, and document analysis was employed as the primary data collection tool. On April 2, 2025, the GPT-3.5 model developed by OpenAI was prompted with the instruction: "Prepare a lesson plan about the story of Yusuf for preschool and primary school levels according to Islamic tradition, based on the Godly Play approach." The resulting outputs were analyzed. The lesson plans were structured under the following categories: objectives, content, materials, methods, and assessment. Each lesson plan was evaluated in accordance with the fundamental principles of the Godly Play approach, and a comparative analysis was carried out regarding their pedagogical compatibility with different age groups. Additionally, the theological appropriateness of the content from an Islamic perspective was taken into account. According to the analysis, both lesson plans created by ChatGPT largely reflect the essential components of the Godly Play approach. Elements such as ritualized story openings, guided narration, symbolic expression, moments of silence, open-ended questions, and creative activities were successfully integrated into the plans. In the preschool-level lesson plan, the narrative language was simplified, and play-based activities along with figurative materials were used to enhance emotional engagement. In contrast, the primary school-level plan incorporated cognitively more advanced activities aimed at developing students' abilities in empathy, causal reasoning, and critical reflection on values. In terms of material use, objects that help concretize the spatial aspects of the story were included in both plans, with more detailed materials used in the primary school level to foster analytical thinking. Regarding the objectives, both plans aimed to instill key moral and religious values such as patience, trust, forgiveness, and reliance on God through the life story of Prophet Yusuf. These values were conveyed through dramatization and emotional narration at the preschool level, and through conceptual questioning and personal association at the primary school level. The assessment sections included age-appropriate open-ended questions designed to encourage students to reflect on the learning process and to promote the internalization of values. The findings of this study demonstrate that AI-assisted content generation can be effectively utilized in fields such as religious education, which involve both cognitive and emotional dimensions. ChatGPT's ability to produce content compatible with a structured and symbolic instructional model like Godly Play highlights its potential for integration into pedagogical frameworks. The creation of differentiated lesson plans tailored to children's developmental characteristics also illustrates the capacity of AI to support personalized learning experiences. However, it is essential to emphasize that AI serves only as an instructive and supportive tool. The human factor remains indispensable for tasks such as guidance, spiritual meaning-making, and value transmission. This research reveals the potential applicability of advanced AI tools like ChatGPT in the context of religious education. The findings show that religious content generated by AI can be pedagogically structured in a way that is age-appropriate and developmentally suitable. Lesson plans designed using the Godly Play approach not only support students' spiritual development but also offer a holistic potential to achieve both cognitive and affective learning objectives. Nonetheless, in this AI-driven transformation process, the role of the teacher—in terms of guidance, pedagogical awareness, and theological competence—becomes more critical than ever. Educational technologies can enhance the quality of religious education; however, a meaningful and ethical religious education can only be sustained through a human-centered approach.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Şiddet Problemi Bağlamında 2018 DKAB Öğretim Programlarında Şiddete Karşı Kullanılan Argümanlar

Meryem KARATAŞ[1]

Öz

Şiddet, bireyleri ve toplumu olumsuz etkileyen bir olgu olarak insan onurunu zedelemektedir. İnsan onurunu koruma mücadelesi çok boyutlu ve karmaşık disiplinler arası bir çalışmayı gerektirmektedir. Bu anlamda şiddet, insanlık tarafından çözülmeyi beklemektedir. Şiddetin bireysel ve toplumsal yaşam üzerindeki olumsuz etkileri ve şiddetin ortadan kaldırılması için neler yapılması gerektiği soruları çözüm önerilerine açıktır. Bu bağlamda toplumsal hafızada teorik ve pratik karşılığı olan din eğitiminden yararlanmanın gerekliliğine dikkat çekmek ve DKAB öğretim programlarının -çalışma sınırları içinde- güncellenmesine katkıda bulunmak çalışmanın hedefleri arasındadır. Bu amaçla 2018 DKAB öğretim programlarının farklı şiddet türlerini önlemeye yönelik güncel bilgiler içerip içermediği çalışmanın araştırma soruları içindedir. Bu sorulara cevap verebilmek için ilgili öğretim programları, doküman analizi yoluyla betimsel olarak incelenmiştir. Elde edilen veriler aracılığı ile kod başlıkları oluşturulmuş, kodlar bir araya getirilerek üst başlıklar olarak çalışmanın temaları belirlenmiştir. Araştırma sonucunda, 2018 DKAB öğretim programları çerçevesinde belirlenen temalar içerisinde şiddete karşı kullanılan dini argümanların alt başlıklarının diğer temalardan daha yoğun olduğu görülmüştür. Konu içeriklerine dağıtılan değerler üzerinden şiddete karşı önlem almak mümkün olduğu gibi, konuyu teolojik argümanlarla desteklemek de olasıdır. Şiddet gibi toplumsal güveni zedeleyen bir soruna karşı din eğitiminden destek almanın mümkünlüğü de öneriler arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Din Eğitimi, 2018 DKAB Öğretim Programları, Şiddet, Değerler, Dini Argümanlar

Arguments Used Against Violence in the 2018 Religious Education Curricula in the Context of the Problem of Violence

Abstract

Violence, as a phenomenon that negatively affects individuals and society, undermines human dignity. The struggle to protect human dignity necessitates a multidimensional and interdisciplinary effort. In this context, violence remains an issue that humanity must address. The negative impacts of violence on individual and societal life and the questions of what measures can be taken to eliminate violence are open to solution-oriented discussions. In this regard, emphasizing the necessity of utilizing religious education—whose theoretical and practical relevance is evident in societal memory—and contributing to the revision of Religious Culture and Ethics Education (DKAB) curricula are among the objectives of this study. Accordingly, one of the research questions is whether the 2018 DKAB curricula include updated information aimed at preventing different types of violence. To address these questions, the relevant curricula were descriptively analyzed through document analysis. Based on the data obtained, code categories were developed, and these codes were grouped into overarching themes. The research findings revealed that, within the framework of the 2018 DKAB curricula, subcategories of religious arguments used against violence were more prominent compared to other themes. Through the values integrated into the curriculum content, it is possible to take preventive measures against violence, as well as to support the issue with theological arguments. Utilizing religious education to address a problem such as violence, which undermines social trust, is also among the suggestions offered by this study.

Keywords: Religious Education, 2018 DKAB Curricula, Violence, Values, Religious Arguments

Atıf İçin / Please Cite As:

Karataş, M. (2025). Şiddet problemi bağlamında 2018 DKAB öğretim programlarında şiddete karşı kullanılan argümanlar. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 946-961. doi:10.33206/mjss.1586689

Geliş Tarihi / Received Date: 16.11.2024 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 18.06.2025

[1] Dr. Öğr. Üyesi. – Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, meryemkaratas@sakarya.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4845-0225

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Şiddet, Dünya Sağlık Örgütünün tanımıyla (2002) "Fiziksel güç veya iktidarın kasıtlı bir tehdit veya gerçeklik biçiminde bir başkasına uygulanması sonucunda maruz kalan kişide yaralanma, ölüm ve psikolojik zarara yol açması ya da açma olasılığı bulunması"dır. Şiddete en fazla maruz kalan bireyler dezavantajlı grupta yer alan kadınlar, çocuklar, engelliler ve yaşlılardır. Önemli bir toplumsal sorun olarak insanlığın karşısında duran şiddetin durdurulması için birbirinden farklı çözüm önerileri olabilir. Mevcut çözüm önerileri içinde toplumun geneline yayılması açısından eğitim alanındaki çözüm önerileri daha kalıcıdır. İnsanın sadece eğitimle insan olabileceğini belirten Kant'ın ve eğitimi insanın kendini gerçekleştirmesi ve mutluluğa ulaşmasını sağlayan yol olarak gören Sokrates'in söylemleri çözüm önerilerinin gücünü arttırmaktadır (Aytaç, 1972; Kantarcı, 2013).

Şiddetin çeşitli türleriyle bireysel ve sosyal hayata olan negatif etkileri ve şiddetin ortadan kaldırılması için neler yapılması gerektiği noktasındaki sorular çözüm önerilerine açıktır. Bu bağlamda şiddetin önlenebilmesi için toplumsal hafızada teorik ve pratik karşılığı olan din eğitiminden faydalanılmasının ve gerekli görüldüğü takdirde din eğitimi programlarında güncellemeler yapılmasının gerekliliğine dair kabul bu çalışmanın hedefleri arasındadır. Bilgi çağı olarak adlandırılan dönemin çağdaşları olarak eğitim ile ilgili verilecek kararların bilimin ışığında yapılması elzemdir. Hem din hem de eğitimin toplumdaki karşılığı ve etki alanı düşünüldüğünde konunun önemi kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. İnsanlığın ortak problemi olarak şiddete karşı çözüm önerileri sunması gereken din eğitiminin konu bağlamında neler söylediği ile ilgili ortaya çıkan sonuçlar beraberinde çözüm önerilerini de oluşturacaktır.

Çalışma, örgün din eğitimi kapsamında 2018 DKAB öğretim programlarından seçilen örnekler üzerinden şiddet olgusuna nasıl yaklaşıldığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Öğretim programları eğitim öğretim sürecinin teorik altyapısını oluşturduğu için programlarda şiddet ve saldırganlığa karşı nasıl bir dil kullanıldığı, şiddete karşı hangi değerlerin öncelendiği, varsa alınan tedbirlerin neler olduğu, bu tedbirlerin yeterli olup olmadığı kazanım cümleleri ve içeriklerden hareketle oluşturulmuştur. Bu sorulara cevap aramak için doküman incelemesi yoluyla ilgili öğretim programları betimsel olarak incelenmiştir. Programlarda yer alan kazanımlar çalışmanın hareket noktasıdır. Araştırma içeriği temalar ve kodlar arasındaki ilişkilere dayalı olarak tasarlanıp düzenlenmiştir. Şiddete karşı örgün din eğitimi bağlamında seçilen öğretim programları örnekliğinde üç tema belirlenmiştir: Şiddete karşı değer örnekleri, şiddete karşı beceri örnekleri ve şiddete karşı kullanılabilecek dini argümanlar. 2018 yılı DKAB öğretim programları (ilkokul 4 ve ortaokul 5, 6, 7 ve 8. sınıflar), (ortaöğretim 9, 10, 11 ve 12. sınıflar) araştırmanın kapsamı içerisindedir. Örgün din eğitimindeki diğer öğretim programları araştırmanın sınırları dışındadır. Bu kapsamda ahlak ve değer kazandırmayı ve eğitimini hedefleyen üniteler araştırmanın odak noktasını oluşturmaktadır.

Konunun önemine binaen şiddet ile ilgili nicel ve nitel araştırmalar mevcuttur. İçerik olarak başlıkla bağlantılı olduğu düşünülen örneklerden biri Millî Eğitim Bakanlığı'nın Ar-Ge birimi olarak Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı tarafından desteklenen "Çocuklarda ve Gençlerde Artan Şiddet Eğilimi ile Okullarda Meydana Gelen Olaylar" isimli çalışmadır. 2006-2007 eğitim öğretim yılında gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda her dört öğrenciden birinin genel olarak hayatında şiddete maruz kaldığı, en fazla rastlanan şiddetin sözel şiddet olduğu, öğrenci şiddetinin kaynağı olarak film kahramanları gibi güçlü olma isteği, aile içi eğitim yetersizliği, acımasız insanların daha çok saygı gördüğü gibi ön kabullerin etkili olduğu anlaşılmaktadır. Öğrencilerin kamu görevlileri içinde kendilerine yakın gördükleri ilk meslek grubunun öğretmenler olduğu, evde gözlemledikleri şiddet türleri içinde alay etme ve fiziksel saldırıların başta geldiği, okulda ya da çevrede düzenlenen sosyal etkinliklerin şiddeti önlemede etkili olduğu da çalışmanın ulaştığı sonuçlar arasındadır (MEB – EARGED, 2008).

Şiddeti önlemede yaygın din eğitiminin etkisi ile ilgili olarak ulaşılan çalışmalardan biri 2012 yılında gerçekleştirilen Yaygın Din Eğitimi Sempozyumunda Macid Yılmaz tarafından kaleme alınan "Bireysel Şiddet Davranışlarını Önlemede Yaygın Din Eğitimi" başlığındadır. Çalışma, aile içindeki din eğitimi faaliyetleri ile Diyanet İşleri Başkanlığının din eğitimi faaliyetleri üzerinden konuyu ele almaktadır (Yılmaz, 2013). Yılmaz'ın (2010) "Ergenlerde Şiddetin Önlenmesinde Din Eğitiminin Rolü" isimli doktora tezi, alanda başvurulabilecek kaynaklar arasındadır. Çalışmada kavramsal analiz yapılarak değer eğitimi ile bahsi geçen dönemin öğretim programı arasındaki bağlantı ortaya konulmuştur.

Konuyla ilgili yakın zamanda yapılan çalışmalardan biri de Mustafa Fatih Ay (2018) tarafından kaleme alınan "Lise Öğrencilerinde Dkab Eğitimi ile Saldırganlık Arasında Dindarlık ve Ahlaki Olgunluğun Aracılık Rolünün İncelenmesi" isimli tezdir. Lise öğrencilerinde DKAB eğitimi ile saldırganlık arasında

dindarlık ve ahlaki olgunluk aracı bir role sahip midir? cümlesi araştırmanın problem cümlesidir. Ulaşılan sonuçlar içerisinde DKAB dersinde öğrenilenlerin hayatında etkili olduğunu ifade edenlerin saldırganlık puanlarının DKAB dersinde öğrendiklerinin etkili olmadığını belirtenlere göre anlamlı derecede düşük olduğu vardır (Ay, 2018).

Siber zorbalık ile dindarlık arasındaki ilişkiyi inceleyen Sezai Korkmaz'ın (2019) "Siber Zorbalık ve Mağduriyet, Problemli İnternet Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi" isimli doktora tezi de son yıllarda üzerinde konuşulan şiddet türü olarak görülen siber zorbalık ile dindarlık ilişkisi üzerinde durmaktadır.

1. Şiddetin Neliği Üzerine

Pek çok kavramın tanımlanmasında yaşanan güçlük şiddet kavramında da karşımıza çıkmaktadır. Tanımlamalarda dikkat edilmesi gereken kurallar göz önünde bulundurulmadığında, sınırlar çizilmediğinde konuyla ilgili ortak bir dil oluşturulması mümkün değildir. Ancak bazı kelimeler vardır ki anlamsal farklılıkları ortaya çıksa bile bireylerde oluşturduğu duygu aynıdır. Şiddet de zihinlerde olumsuz çağrışımlara sahiptir.

Dilimize Arapçadan geçen, bir şeyi sağlam yapma anlamındaki şiddet; sertlik, cismin katı ve sert olması, birine karşı kaba davranış anlamına gelmektedir (İbn Dureyd, 1987). Sertlik, katı davranış, kaba kuvvet kullanma, ceza vermede mübalağa, müsaadesizlik demektir (Sami, 1987). Şiddet kelimesi sözlükte farklı tanımlamalara sahiptir. Konuyla uyumlu olanlardan biri duygu ve davranışta aşırılık diğeri de karşıt görüşte olanlara kaba kuvvet kullanmadır (TDK, 2022). Tabii halinden daha fazla olma, aşırılık, fazlalık; işleri uzlaşma yoluyla değil kaba kuvvet kullanarak halletmeye kalkışma ve bunun için kullanılan kaba kuvvet de şiddetin sınırları içindedir (Ayverdi, 2008).

Dünya Sağlık Örgütü (2002) şiddeti "Kendine, başka bir kişiye veya bir topluluğa karşı yaralanma, ölüm, psikolojik zarar, gelişme geriliği veya yoksunlukla sonuçlanan veya bunlarla sonuçlanma olasılığı yüksek olan fiziksel güç veya gücün kasıtlı olarak, tehdit veya fiilen kullanılması." olarak tanımlamaktadır. Anayasa'da ise şiddet "Kişinin, fiziksel, cinsel, psikolojik veya ekonomik açıdan zarar görmesiyle veya acı çekmesiyle sonuçlanan veya sonuçlanması muhtemel hareketleri, buna yönelik tehdit ve baskıyı ya da özgürlüğün keyfî engellenmesini de içeren, toplumsal, kamusal veya özel alanda meydana gelen fiziksel, cinsel, psikolojik, sözlü veya ekonomik her türlü tutum ve davranış" şeklinde sınırlandırılmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti (2012) tarafından çıkarılan Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun maddesinde şiddet mağduru "Tutum ve davranışlara doğrudan ya da dolaylı olarak maruz kalan veya kalma tehlikesi bulunan kişiyi ve şiddetten etkilenen veya etkilenme tehlikesi bulunan kişiler." olarak tanımlanırken şiddet uygulayanlar "Şiddet olarak tanımlanan tutum ve davranışları uygulayan veya uygulama tehlikesi bulunan kişiler." diye aktarılmaktadır.

Şiddetin nedenleri tartışıldığında farklı sınıflandırmaların olduğu ortaya çıkmaktadır. Bunun en önemli nedeni şiddetin ortaya çıkmasına neden olan faktörlerin farklı olmasıdır. Öznenin kendi dışındaki "ötekilerin" üzerinde kurmaya çalıştığı güç faktöründen bahseden, şiddeti önlenemez içgüdüsel bir davranış biçimi olarak algılayan ve bu şekilde sınırlandıran görüşlerin yanı sıra şiddetsiz toplumun mümkün olduğundan bahseden görüşler olduğuna da dikkat çekmek gerekir. Şiddet içgüdüsel bir davranış biçimi olarak kabul edildiğinde bireyin bu durumun önüne geçebilmesi için yapabileceği çok fazla bir şey olmadığı sonucuna varılır. Ancak bu durum eğitimin davranış değişikliği oluşturmasıyla ilgili fonksiyonun gözden kaçırılması anlamına gelir. Eğitimin gücünün yanında, şiddetin yazılı ve görsel basın ile sosyal medyada çok fazla görünür olması toplumda modellemeye neden olduğu gibi yaşanılan şiddeti sıradanlaşmaya da yol açmaktadır.

Bu tür bir sıradanlaşmayı yaşamadan şiddetin nedenlerini anlamanın yolu insanı anlamaktan geçmektedir. Şiddetsiz bir dünya inşa etmenin imkânı üzerinde yapılan çalışmalar şiddetin zihin ve sosyal çevreden atılmadan bunun mümkün olamayacağını göstermektedir (Yakut, 2012). Bu açıdan eğitimin teorik ayaklarından biri olarak öğretim programlarının öğrencilerin ilk olarak zihinlerinden daha sonra da davranışlarından şiddeti ortadan kaldırmaya yönelik içeriklere sahip olması beklenmektedir. Aynı şekilde bazı normların toplumdaki şiddetin nedeni olarak algılanması mümkündür. Ebeveyn hakları tartışılırken çocuk haklarının göz ardı edilmesine yol açan normlar ve erkeğin kadın üzerinde tahakküm kurmasına yol açan kültürel normlar şiddete yol açabilmektedir (Karakaya ve Kubar, 2020).

İnsan bir kültür içine doğmaktadır bu nedenle kültürel kodlarından bağımsız hareket etmesi çok mümkün değildir. Eğitim kültürleme süreci olarak tanımlandığı zaman bireyin toplum içinde etken ve edilgen olduğu her iki durumda da şiddeti önlemede eğitimin önemi ortaya çıkmaktadır. Toplumun

kültürel kodlarında şiddet eğilimi, şiddet içeren davranışlar olmadığında bireylerin bunu öğrenmesi ya da taklit etmesi mümkün değildir. Aynı zamanda ailede disiplini sağlamada şiddeti eğitim yolu olarak gören bireylerin mevcudiyeti de şiddet ile eğitim arasındaki yanlış ve olumsuz bağa da örnektir.

2. Şiddet Türleri

Eric Hobsbawm'ın (2020) gözüyle 20. yüzyıl aşırılıklar çağıdır. İki dünya savaşının yaşandığı yüzyıl şiddet çağı olarak da nitelendirilebilir. Bu çağı takip eden yüzyıl ise aşırılıklar çağının ve şiddetin sonuçlarının yaşandığı dönemdir. Bu açıdan şiddetin daha görünür olduğu dönemlerde bireylerin şiddete başvurması ya da şiddete karşı duyarsızlaşması olasılıklar arasındadır. Şiddetin genel olarak bireyin yakın çevresinden gelme ihtimalinin daha yüksek olması, aynı ortamı paylaşan bireylerle ilgili çalışılmasını zorunlu kılmaktadır. Ancak bazı değerlendirmelerin coğrafi sınırlandırmalar içerdiğini de belirtmek gerekir. Avrupa ya da özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde bireylerin hiçbir sosyal bağı olmayan kişilere saldırıda bulunduğu toplu katliamlardan bahsedilebilirken ülkemizde aile içi şiddet, akran zorbalığı, kadına karşı şiddet gibi biyolojik ya da sosyal bağ bulunan bireylerin şiddetinden bahsetmek daha olasıdır (Yazıcı, 2023). Şiddet; sözlü şiddet, fiziksel şiddet, psikolojik şiddet, sosyal şiddet, ekonomik şiddet, siber şiddet, cinsel şiddet gibi alt başlıklar içermektedir.

2.1. Fiziksel Şiddet: "Kaba kuvvetin bir korkutma, sindirme ve yaptırım aracı olarak kullanılmasıdır. Örneğin, itmek, tokat atmak, tekmelemek, yumruklamak, eşya fırlatmak, bıçak, silah gibi aletlerle tehdit etmek veya saldırmak, işkence yapmaktır." (Ayman ve Şenol, 2012-2015). Fiziksel şiddetin hedefi her yaş, cinsiyet ve düzeydeki bireyler olabilir. Ancak fiziksel şiddete maruz kalan bireylerin çok büyük bir bölümünü kadınlar oluşturmaktadır.

Dünya Sağlık Örgütü'nün yayımladığı rapora göre kadınların üçte biri, yaşamlarının bir noktasında fiziksel ya da cinsel şiddete maruz kalmaktadır. DSÖ (2014) yayınladığı raporda, koronavirüs salgını sırasında kadına yönelik şiddetin arttığına dikkat çekerek, kadınların en çok yakın partner şiddetine maruz kaldığını belirtmektedir. Ülke genelinde ise fiziksel şiddete maruz kaldığını belirten evlenmiş kadınların oranı %36'dır (T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2014). Kadınlara yönelik fiziksel şiddetle ilgili değişkenlerden biri eğitimdir. Araştırmada, her eğitim seviyesindeki kadının fiziksel şiddete maruz kalabildiği ancak ilkokul mezunu kadınlarda şiddete maruz kalma oranının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (Ediz ve Altan, 2017). Ortaya çıkan bu oranların yanı sıra sosyal hayatta meydana gelen değişimlere uyum sağlamada yaşanan zorluklarda konuşulmayı hak etmektedir. Bu değişimlerden biri olarak kadının çalışma alanına dâhil olması sadece ekonomik gelir elde etmesi anlamına gelmemektedir. Beraberinde geleneksel yapının doğrularını sorgulamaya başlayan, hayatıyla ilgili kararları vermek isteyen kadın figürünü ortaya çıkarmaktadır ve erkeklerin bu süreci kabullenmesi kadınlardan daha yavaş gerçekleşmektedir.

Kadına yönelik fiziksel şiddet ile ilgili 2003 yılında ulaşılan bir veri oldukça düşündürücüdür. Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü (2004) tarafından yapılan Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması'na göre kadının şiddeti hak edebileceği bazı davranışların varlığının kadınlar tarafından kabul edildiği görülmektedir. Kadının kocasına cevap vermesi %29, lüzumsuz diye nitelendirilen durumlara para harcaması %27, çocukların bakımının ihmal etmesi %23 oranında "dayağı hak etmesi" olarak yine kadınlar tarafından kabul görmektedir. Evde çocuk yetiştirmekten birinci derecede sorumlu olan annelerin bu görüşü kabul etmesi, aile içi şiddet söz konusu olduğunda bir kısır döngü yaratmaktadır.

İçişleri Bakanlığının Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele Koordinasyon Planı çerçevesinde yürüttüğü çalışmalardan hazırladığı raporun sonuçlarına ilişkin çeşitli çıkarımlar mevcuttur. Bu öneriler arasında şiddet konusunda disiplinler arası araştırmalar yapılması, toplumsal cinsiyet eşitliğine dayalı eğitim sistemlerinin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması, kadınlara karşı ayrımcı dilden kaçınılması, toplumsal farkındalığın artırılması ve sosyal medyanın toplumu etkileme gücünün kullanılması yer almaktadır (Akkoç vd., 2020). Konuyla ilgili alan araştırmacılarının farklı önerileri de vardır. Din eğitimi öğretim programları açısından öneriler ele alındığında kız ve erkek öğrencilerin eğitime ulaşma noktasında eşit haklara sahip olması, kul hakkı kavramı anlatılırken verilen örneklerin güncellenmesi, kul hakkı kavramlarının tanımlanıp, örneklendirmeler yapılması ilk akla gelenlerdir.

2.2. Psikolojik Şiddet: Duygusal şiddet olarak da adlandırılan psikolojik şiddet; duygusal ihtiyaçların karşıdaki bireye baskı yolu olarak kullanılmasıdır. Bireylerin duygusal ihtiyaçlarını göz ardı etmek, aşağılamak, arkadaşlarıyla görüşmesini engellemek, güvenini sarsmak, kıskançlık nedeniyle kavga çıkarmak, sevdiklerine zarar vermekle tehdit etmek gibi davranışlar psikolojik şiddette örnek olarak gösterilebilir

(Ayman ve Şenol, 2012-2015). Eylemlerini sürekli eleştirmek, çaresiz ve zavallı göstermek, yalnız bırakmak psikolojik şiddet kapsamına girmektedir. Diğer şiddet türleri ile karşılaştırıldığında psikolojik şiddete maruz kalanların önemli bir kısmı bu durumu yakınlarından görmektedir.

2.3. Ekonomik Şiddet: Ekonomik kaynakların tehdit aracı olarak kullanılmasıdır. Ekonomik gücün insanları kontrol etmek, denetlemek ve aşağılamak için kullanılması, kadınların çalışmasının veya seyahat etmesinin yasaklanması, çalışanların gelirlerine el konulması, aile gelirine ilişkin bilgilerin açıklanmaması ve tüm mal varlığının ailede tek bir kişiye devredilmesi örnek olarak verilebilir (Ayman ve Şenol, 2012-2015).

2.4. Siber Şiddet: Şiddet olgusuna son yıllarda eklenen alt başlıklardan biri siber şiddet ya da zorbalıktır. İnternet yoluyla bireylere uygulanan zarar verici söz ve tutumlara siber şiddet adı verilir. Siber zorbalık tanımı ilk olarak Bill Belsey tarafından kullanılmıştır. Belsey (2023) siber zorbalığı "Bir kişi veya grup tarafından başkalarına zarar vermeyi amaçlayan kasıtlı, tekrarlanan ve düşmanca davranışları desteklemek için bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasını içerir." şeklinde tanımlamaktadır. Sosyal medyada, mesajlaşma ve oyun platformlarında bireylere hakaret etme, kötü söz söyleme, onları utandırma, kandırma, yıldırma ya da korkutma amacı taşıyan söz ve davranışlar bu tanımın sınırları içindedir. Israrla bireylere mesaj atmak, aramak, gizli kamera ile görüntülerini kaydetmek, sosyal medya hesaplarını karıştırmak, hakaret ve nefret içeren paylaşımlarda bulunmakta siber şiddet örneklerinden birkaç tanesidir. Siber zorbalık kavramının yakın tarihe ait olduğuna dikkat çekmek gerekir. Siber zorbalık ile ilgili yapılan çalışmalar son yıllarda artmaktadır. TÜBİTAK desteği ile yürütülen Akca'nın "Siber Zorbalık Nedir? Nasıl Mücadele Edilir?" başlıklı raporun sonuçlarına göre ülkemizde öğrencilerin yaklaşık %12'si sözlü siber zorbalığa uğradığını belirtirken %10,5'i ise sözlü siber zorbalık yaptığını ifade etmektedir. Siber saldırıların şehirlere göre farklılaşması söz konusudur. İstanbul'da siber kurban oranının %20'ye yaklaştığı, siber zorba olma oranının ise %15'i geçtiği verilen bilgiler arasındadır.

Siber zorbalık ile dindarlık arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırma, dindarlık ile siber zorbalık arasında anlamlı ve negatif bir ilişki bulmuştur. Başka bir deyişle, bulgular dindarlık düzeyi ne kadar yüksekse siber zorbalık düzeyinin de o kadar düşük olduğunu göstermektedir (Korkmaz, 2019).

2.5. Cinsel Şiddet: Kişinin rıza göstermediği herhangi bir cinsel davranışa zorlamaktır. Uzun süredir fiziksel şiddetin bir alt kategorisi olarak tanımlanan cinsel şiddet, artık ayrı bir kategori olarak ele alınmaktadır. Bu sadece toplumun farklı kesimlerinde bulunabilen bir şiddet türü değil aynı zamanda paylaşılmayan bir şiddet türü olarak da değerlendirilebilir. Dünya Sağlık Örgütü cinsel şiddeti, mağdurla ilişkisine bakılmaksızın, bir kişinin karşısındaki bireyin cinselliğine karşı baskı kullanarak yöneltilen herhangi bir cinsel eylem veya cinsel bir eyleme zorlama girişiminde bulunması olarak tanımlamaktadır (WHO, 2014).

3. Şiddetle İlgili Kuramlar

Şiddetin kökenleri hakkında çeşitli kuramlar mevcuttur. Bu kuramlar şiddetin nedenlerini ortaya koymaktadır. Şiddeti ortadan kaldırmak için ilk adım şiddeti teşvik eden faktörlerin belirlenmesidir. Ortaya atılan kuramlar bağlanma kuramları, sosyal/bilişsel öğrenme kuramı, feminist kuram, ekolojik sistem kuramı, aile sistem yaklaşımları şeklinde gruplandırılabilir. Bağlanma kuramlarında bireyin anne ve babasıyla kurduğu güvenli bağlanmanın şiddeti önleyebileceği tam tersine saplantılı ya da güvensiz bağlanma tarzına sahip bireylerin sorunlarını şiddete başvurarak çözmeye çalıştıkları ifade edilmektedir. Sosyal bilişsel öğrenme kuramına göre çocuklar saldırgan davranışları gözlemleyerek öğrenirler. Şiddete tanık olma durumunda eylemi tekrarlama ihtimalinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Bu kurama göre şiddet içeren davranışlarla örnek olan herkes şiddetin yayılmasından sorumludur. Feminist kuram, aile içi şiddetin tek nedeninin ataerkil toplumsal yapılar olduğunu belirtirken, ekolojik modelde durum biraz daha karmaşıktır. Kişisel, ilişkisel, sosyal ve kültürel risk faktörlerini dikkate alan sosyal ekolojik model, okul, aile, fiziksel çevre, komşular, ebeveynlerin arkadaşları ve kitle iletişim araçları gibi birçok faktörün kişisel şiddet riskine katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Aile sistemleri yaklaşımı, ebeveynlerin çatışma ve stresi yönetememelerinin çocuklarını etkileyeceğini öngörmektedir (Najafova, 2020). Tüm bu teoriler göz önüne alındığında şiddeti tek bir nedene veya teoriye indirgemenin mümkün olmadığı açıktır. Bireye ve çevreye bağlı olarak çeşitli sebeplerin olduğu söylenebilir. Bireyin sağlık durumuna göre yapılabilecekler eğitim süreciyle doğrudan ilgili olmayabilir ancak eğitim diğer tüm değişkenlerde geçerli bir faktördür.

4. Din Eğitiminin Şiddeti Önlemedeki Fonksiyonu

Şiddetin nedenlerini anlamak ve çözüm önerileri sunmak için bazı adımlar gerekir. Bu adımlar birey ve toplum düzeyinde geniş bir bakış açısını gerektirmektedir. Çok yönlü ve karmaşık bir yapıya sahip olan

şiddetle mücadele, disiplinler arası çalışmalar gerektirmektedir. Bireylerde ve toplumda değişim yaratmayı amaçlayan eğitim bu mücadelenin dışında kalamaz. Eğitim sürecinde planlı eğitsel etkinlikleri içermesi açısından öğretim programlarının şiddeti önlemeye yönelik içeriklerine dikkat çekilmesi çözüm yolundaki adımlardan biridir. Eğitim sistemi sadece akademik açıdan başarılı bireyler yetiştirmeyi amaçlamamaktadır. Eğitim sürecinin nihai gayesi ve ruhu olarak nitelendirilen değerler din eğitiminde şiddete karşı kullanılabilecek argümanlardandır. Konuyla ilgili olarak Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM, 2007) tarafından yayımlanan "Çocuklarda ve Gençlerde Artan Şiddet Eğilimi III" raporunda gençler arasında görülen şiddetin eldeki verilerin çok daha üstünde olduğu ifade edilmektedir. Şiddet içeren ortamların şiddet uygulayan insanlar ürettiği bilinmektedir. Aynı araştırma sonuçlarına göre öğrenciler şiddetin en çok sokakta ve ikinci sırada ise okullarda görüldüğünü ifade etmişlerdir. Gelişim özellikleri açısından çocuk ve ergen olarak adlandırılan akranların bir arada bulunması okullarda şiddete neden olan faktörlerden biri olabilir. Tüm bu etkenlerin dışında istendik davranış değiştirme amacında olan okulların şiddet uygulanan yer olarak öğrencilerin zihninde yer etmesi konuyla ilgili problemlerden biridir.

Benzer şekilde dinler tarihi bağlamında din ve şiddetin tarihte bazen yan yana kullanılması, dinlerin şiddetin karşısında olduğu argümanıyla paradoksa yol açmaktadır. Haçlı Savaşları ile İslam Fütuhatları, din inanırlarının şiddetin hem öznesi hem de nesnesi olmaları bu duruma örnek olarak verilebilir. Dinsel ve politik şiddetin iç içe geçtiği durumlarda şiddetin dini bir tutumdan ziyade siyasi ve sosyal motivasyondan kaynaklandığı düşünülmektedir. Temel mesajı barış olan dinlerin şiddetin referansı olarak gösterilmesinin arka planında bazı ön yargılar olduğu gibi din mensuplarının eylemlerini meşrulaştırmak için dini referans göstermeleri de olabilir (Gündüz, 2016).

Bu bağlamda örgün eğitim kurumlarının bireye ve topluma olan katkısı ile ilgili farklı gruplandırmalar yapılabilir. Tezcan (2014) okulların işlevlerinden bahsederken aynı zamanda şiddetin engellenme sonucu ortaya çıktığını ifade etmektedir. Kendini gerçekleştirme şansı olmayan ya da yaratıcılığı kapatılan bireylerin şiddete başvurduklarını anlatır. Öğrenciler için temiz bir çevre oluşturulmasının zorunluluğunu, oluşturulmak istenen temiz çevrenin de şiddetten arındırılmış olması gerektiğini ifade eder. Temiz çevrenin oluşturulmasında okuldaki pek çok faktör etkili olmaktadır. Bireyin yaşadığı sosyal çevre, kişisel özellikleri, öğrenilmiş davranışları, okul kültürü ve okul personelinin davranış şekilleri etkili unsurlardandır. Bu faktörler içerisinde öğretmenlerin davranış şekillerinin öğrencilerin şiddete başvurma oranlarını doğrudan ya da dolaylı olarak etkilediği anlaşılmaktadır (Yavuzer, 2009). Öğrenciler arasında yapılan çalışmalarda öğrencilerin çok büyük bir bölümünün şiddete uğradığı, mağdur durumda olanların bir kısmının da şiddete şiddetle karşılık vermenin doğru olduğunu düşündüğü anlaşılmaktadır. Şiddetten uzak durabilme nedenleri arasında ise aldıkları ahlaki ve kültürel terbiyeyi referans gösteren öğrencilerin varlığı genel olarak eğitimin özel anlamda din eğitiminin şiddeti önlemedeki fonksiyonunu akla getirmektedir (Karakaya ve Kubar, 2020).

Okullarda şiddeti önlemeye yönelik yapılabilecek birbirinden farklı çalışmalar vardır. Bunlardan biri program temelli stratejilerdir. Okullarda iletişim becerilerini arttıran, öfke kontrolünü sağlayan programlar saldırganlık ve şiddeti önlemede fonksiyonel özellik göstermektedir. Şiddetin nedenlerinden biri güçlü problem çözme becerilerinin ve öfke kontrolünün eksikliğidir. Olumsuz davranışların öğrenilebiliyor olması, olumlu davranışlarında öğrenilebileceği anlamına gelmektedir. Bu açıdan saldırganlık ve şiddeti önleme programlarının planlanıp uygulanması başvurulan çözümlerdendir (Yavuzer, 2009). Bahsi geçen programların yürütülmesi okul rehber öğretmenlerinin liderliğinde gerçekleşirken inanç sistemi başlığında birtakım değerlerin, normların ve ahlaki davranışların kazandırılması ve okul dışı alternatif etkinlikler için DKAB öğretmenlerinden destek alınması sonuçlara ulaşılması noktasında faydalı bir adım olacaktır.

Saldırganlığın sebepleri ile ilgili kuramların yanı sıra din eğitimi yaklaşımlarının da saldırganlığın önlenmesindeki rolü ayrıca tartışılmalıdır. Din eğitimi yaklaşımları ile ilgili kullanılan en yaygın sınıflandırma Grimmit'e aittir. Eğitimi insan gelişimi olarak gören Grimmit sosyal yapılandırmacı yaklaşımla din öğretim sürecini açıklamaya çalışmaktadır. Aynı zamanda dini konuları anlatırken sosyal hayatla bağlantı kurmaktadır (Okumuşlar, 2007). Dinden öğrenme yaklaşımının saldırganlığı önlemedeki rolü üzerinde konuşulabilmesinin nedeni dinden öğrenme yaklaşımının bireyi merkeze alan onun insani özelliklere sahip olmasına odaklanan bir özelliğe sahip olmasıdır (Bates, 1992). Şiddetten uzak durmak, başkalarına zarar vermemek de insani özellikler arasındadır.

5. Şiddete Karşı Değer Örnekleri

Çalışmada başlıklar üç temada oluşturulmuştur: Şiddete karşı değer örnekleri, beceri örnekleri ve şiddete karşı kullanılabilecek dini argümanlar. İlkokul için hazırlanan DKAB öğretim programları ile ortaöğretim için hazırlanan DKAB öğretim programlarının perspektifi, amaçları, felsefesi, kabul edilen kök değerler aynı olduğu için bazı açıklamaların tek bir yerde aktarılması yeterli görülmüştür. Şiddeti birey ve toplumun hayatından uzaklaştıracak önlemlerden biri bazı değerlerin kabul edilmesi, içselleştirilmesi ve davranışsal boyutta görünür olmasıdır. İncelenen programlar çerçevesinde adalet, öz denetim, nezaket, sevgi ve saygı değerlerinin şiddetin ortaya çıkmasını ya da devamını önlemesi beklenmektedir.

5.1. Adalet

Adalet sözlükte "Bir toplumda değerlerin, ilkelerin, ideallerin, erdemlerin cisimleşmiş, somutlaşmış, hayata geçirilmiş olması durumu" şeklinde tanımlanmaktadır. (Cevizci, 1999). Programda yer alan ve kabul gören değerleri ele almadan önce değer eğitimi ile ilgili Tarhan'ın (2004) bireylerin biyolojik olarak saldırganlık eğiliminin olabileceği ancak değer eğitimi sayesinde öz denetim becerisi ve empati yeteneğinin geliştirilmesinin bu durumun önüne geçeceği şeklindeki cümlelerini aktarmak gerekir. Öğretim programlarının perspektifini oluşturan ilkeler toplamı olarak nitelendirilen değerlerin, bireyin temel insani özelliklerini oluşturduğu sorunlarla başa çıkmada gücün kaynağı olduğunu ifade etmektedir. Öğretim programlarında yer alan kök değerler; adalet, dostluk, dürüstlük, öz denetim, sabır, saygı, sevgi, sorumluluk, vatanseverlik ve yardımseverliktir. Bahsi geçen değerlerin hem kendi başlarına hem de ilişkili olduğu diğer değerlerle birlikte ele alınması amaçlanmaktadır. Adalet değerinin kazandırılması ve toplumda adaletin ayakta tutulmasının ilk bakışta şiddet ve saldırganlıkla bağlantısı olmadığı düşünülebilir. Bu noktada konuyla ilgili küçük bir deneyi aktarmak meselenin anlaşılmasında önem arz etmektedir. Aynı masayı paylaşan dört çocuğun her birine beşer çikolata verilmiş ve herhangi bir sorun olmadığı gözlemlenmiştir. Bir süre sonra çocuklardan birine üç, diğerine beş ya da dört çikolata verildiğinde çocuklar arasında kavga çıkmaya başlamıştır (Tarhan, 2004). Adaletsizliğe karşı tepki beraberinde şiddeti doğurabilmektedir. Bu nedenle kök değerlerden adaletin bireyler tarafından içselleştirilmesi, toplumda tesis edilmesi şiddeti önlemedeki tedbirlerden biri olarak görülmelidir.

Konuyla ilgili olarak Millî Eğitim Bakanlığı (MEB, 2018) tarafından yayımlanan Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi Öğretim Programı 9. sınıf dördüncü ünitesi direkt değerler ile ilgilidir. Değerler ve değerlerin kaynağı, değerlerin oluşumunda dinin, örf ve adetlerin etkisi üzerinde durulmasının yanı sıra gençlerin kişilik gelişimine değerlerin etkisinin günlük hayattan örneklerle açıklanması istenmiştir. Hem felsefe geleneğinde hem de İslam felsefesinde vurgulanan dört erdemden biri olan adalet kök değerlerin dışında bu ünite başlığında ayrıca ele alınmaktadır. Bireyin ölçülü davranması, itidal üzere hareket etmesi, abartılı tepkilerde bulunmaması saldırganlıktan, şiddetten uzak durmasını sağlayacak özelliklerdir. Aynı zamanda adalet toplumda düşmanlığı engelleyen ilişkilerde dengeyi sağlayan bir niteliğe sahiptir. Ölçülü ve dengeli olmakta öğrencilerde şiddete karşı oluşturulması gereken davranış kalıplarındandır. Adaletin teolojik kullanımında denge, denklik anlamları da mevcuttur (Çağrıcı, 1988). İncelenen öğretim programlarında öğrencilerin tutum ve davranışlarında ölçülü olmalarıyla ilgili kazanımlar mevcuttur. 10. sınıf düzeyinde "İslam dininin sosyal adaletle ilgili ilkelerini açıklar." kazanımı toplumda adaletin tesisiyle ilgilidir (MEB, 2018). Benzer şekilde sosyal adaletin yaygın olmadığı toplumlarda düşük gelirli bireylerin gelir seviyesi yüksek olanlara karşı öfkelerinin nedenlerinden biri olarak adalet duygusunun zedelenmesi gösterilebilir.

5.2. Öz Denetim

Değerlerden biri olarak öz denetim "Daha önemli bir amaca ulaşabilmek için kişinin tepkilerini, davranışlarını veya başka amaca yönelme eğilimini denetleyip kısıtlaması, otokontrol" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Öz denetimi yüksek olan bireylerin yaptıklarının sonuçlarını düşünebilmesi, davranışlarını kısıtlayıp denetlemesi beklenir. Bu açıdan öz denetimi yüksek bireylerin şiddete başvurma ihtimalinin düşük olduğu varsayılmaktadır. Davranış, duygu ve düşüncelerini düzenleyebilme becerisine sahip olan bireylerden kendine ya da başkalarına zarar vermesi beklenmez. Programlarda yer alan kök değerlerden biri olmasının yanı sıra öz denetim, konuların içeriğinde güçlü iletişim, davranış, düşünce, duygu ve irade yönetimiyle bağlantı kurulabilecek niteliktedir.

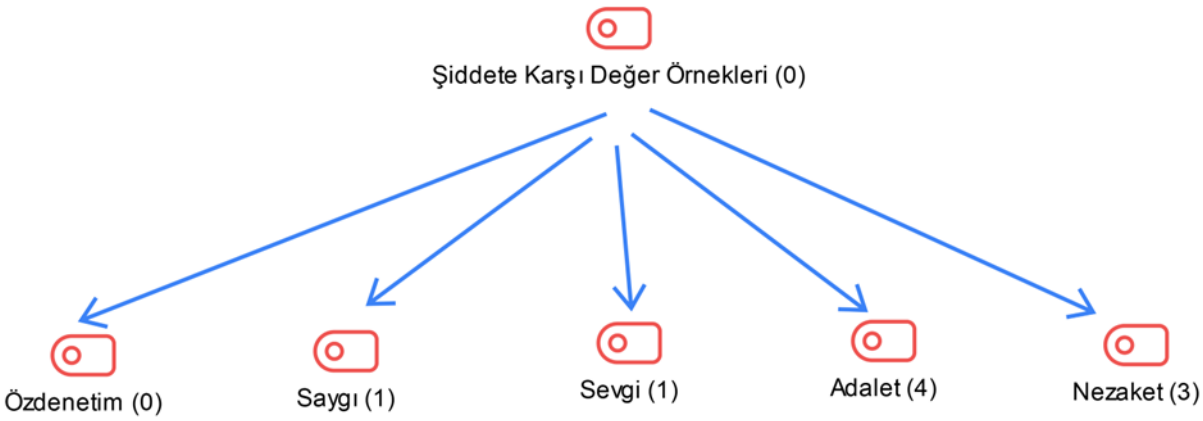
10. sınıf düzeyindeki Din ve Hayat ünitesinin kazanımlarından "Ahlak ile terbiye arasındaki ilişki kurar." cümlesinin açıklaması "Duygu yönetimi, düşünce yönetimi, davranış yönetimi, irade yönetimi gibi konular ayet ve hadislerle ilişkilendirilerek ele alınır." olarak tespit edilmiştir. Açıklamada bahsi geçen duygu, düşünce, davranış ve irade yönetimi öğrenilebilen ya da geliştirilebilen becerilerdir. Başarılı bir duygu yönetimi etkili bir iletişimin temellerindendir. Davranış yönetimini de aynı doğrultuda düşünmek gerekir. Çevredeki bireylerle kurulan iletişimi duygu, düşünce ve davranışlar biçimlendirmektedir (Demir, 2019). Duygu yönetim becerisi yüksek olan bireylerin dengeyi gözetmesi ve problem çözme becerisinin yüksek olması beklenir. Öğretim programlarında öz denetim kavramının kazanımlarda direkt kullanımı söz konusu olmadığı için açıklamalar başlığı konuya katkı sunmaktadır. 2018 öğretim programlarındaki on kök değerden biri olarak öz denetim, DKAB öğretim programında görünür olmasa bile alt metinlerde yer almaktadır.

5.3. Sevgi ve Saygı

Sevgi ve saygı genellikle bir arada kullanılan iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanı herhangi bir şeye karşı bağlılık göstermeye yarayan duygu olarak sevgi ile herhangi bir şeye karşı özenli, ölçülü davranmaya iten sevgi duygusu olarak saygı şiddet ortamının oluşmasını önleyecek özelliklere sahiptir (TDK, 2024). 4. sınıf düzeyinde Güzel Ahlak ünitesinin alt başlıklarından biri "İnsani İlişkilerin Temeli: Sevgi ve Saygı" başlığındaki kazanımlara bakıldığında "İnsani ilişkilerin gelişmesinde sevgi ve saygının önemini ve gerekliliğini savunur."cümlesi şiddet ve saldırganlığa karşı insani ilişkileri düzenleyen, sevgi ve saygı temelli iletişim sağlamayı amaçlayan özelliklere sahiptir. Kazanımın açıklamalarında yer alan cümleler "Anne baba, kardeşler, akraba, komşu, arkadaş ve öğretmenlerle ilişkiler ayet ve hadislerle açıklanır, güzel ahlaklı olmanın birey ve toplum hayatındaki önemine vurgu yapılır." şeklindedir. Öğrencinin gerçekleştirdiği iletişimin hangi ilke ve kurallara dayanması gerektiğini, güzel ahlaklı olmanın anlamını ve etkilerini öğrencilerin fark etmesinin sağlanması amaçlanmaktadır.

5.4. Nezaket

5. sınıf düzeyinde Adap ve Nezaket ünitesinde "Nezaket Kuralları, Selamlaşma Adabı, İletişim ve Konuşma Adabı" başlıkları yer almaktadır. Tamamen pratik alana yönelik olarak hazırlanmış olan ünite konu başlıklarının kazanımları "Toplumsal hayatta nezaket kurallarına uygun davranışlar sergilemeye özen gösterir, iletişim ve konuşma adabına uygun davranır." şeklindedir. Kazanımların açıklaması ise "Kişisel mahremiyetin önemine değinilir ve bu konuda dikkat edilecek hususlar üzerinde durulur ile iletişim adabı konusunda internet ve sosyal medya adabına da değinilir." olarak belirlenmiştir. Tüm kazanım ve açıklamalara bakıldığında öğrencilerin etkileşimde bulunduğu toplum üyelerinin mahremiyetine saygı göstermesi gerektiğini bilmesi amaçlanmaktadır. Doğru iletişim şeklinin ne olduğu, iletişim kurarken dikkat edilecek hususlar saldırganlığı önlemede alınacak tedbirler arasındadır. Yukarıda da ifade edildiği gibi şiddeti önlemeye yönelik yapılan çalışmalar arasında program temelli stratejiler vardır. Okullarda iletişim becerilerinin arttırılması da bu çalışmalar kapsamında kabul edilir. Açıklamalar başlığında yer alan internet ve sosyal medya adabı siber şiddeti ve saldırganlığı önlemeye yönelik bilgi aktarımını içermektedir (MEB, 2018).



6. Şiddete Karşı Beceri Örnekleri

6.1. Problem Çözme Becerisi

Bireyler hayatlarının farklı dönemlerinde çeşitli sorunlarla karşılaşırlar. Karşılaştıkları sorunları çözme becerisine sahip olmayan bireylerin sürekli çevresinden yardım istemesi ya da problemlere karşı oluşturduğu olumsuz yollardan birine -örneğin şiddete- başvurması olasıdır (Derin, 2006). Problemlerin çözümündeki seçeneklerin tercih edilme nedenleri hakkında kesin bir bilgiye ulaşılamasa bile bireylerin bu beceriyi çocukluk ve gençlik döneminde kazanmış olmaları beklenir.

DKAB öğretim programlarının temel felsefe ve amaçlarında eleştirel düşünceye sahip, problem çözme becerisini kazanmış, kararlı bireylerin yetiştirilmesinin amaçlandığı ifade edilmektedir (MEB, 2018). Aynı zamanda temel becerilerden kabul edilen problem çözme becerisinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Problem çözebilme yetisini kazanmış olan bireylerin şiddete ya da saldırganlığa başvurması çok olası değildir. Şiddeti çözüm olarak gören, farklı çözüm örneklerine sahip olmayan ya da bu tür davranışları gözlemleme şansı olmayan bireylerin saldırgan davranışlarda bulunma ihtimali daha fazladır. İletişim becerilerine sahip olmak ve empati yapabilmek birbiriyle bağlantılı kazanımlardır. Empati kurabilen bireylerin güçlü iletişim becerilerine sahip olması beklenir.

2018 DKAB öğretim programlarının kazanım cümleleri içinde problem çözme becerisine direkt dikkat çeken bir başlık yoktur. Ancak temel becerilerden kabul edilen problem çözme becerisine olan vurgu şiddete karşı içerik oluşturulmasına müsaittir.

7. Şiddete Karşı Kullanılabilecek Dini Argümanlar

7.1. Güzel Ahlak

2018 DKAB ilkokul ve ortaokul öğretim programının amaçları içinde yer alan "Ahlaki değerleri tanımaları ve bunları içselleştirmeleri" cümlesi değerlerin sadece tanımını değil içselleştirilip davranışa dökülmesini hedeflemektedir. 7.sınıf düzeyindeki üçüncü ünite *Ahlaki Davranışlardır.* Kazanım cümleleri içinde güzel ahlaka, tutum ve davranışlarda dengeli olmaya vurgu söz konusudur. Güzel ahlaki tutum ve davranışların örneklerle açıklanmasının istendiği kazanımların açıklamasında yer alan adalet, dostluk, öz denetim, saygı, sevgi gibi değerlerin ilişkili olduğu tutum ve davranışlarla birlikte ele alınması isteği ve davranışların örneklerle açıklanması isteği eğitimde somutlaştırmaya yönelik ifadelerdir. Tutum ve davranışlarda ölçülü olmaya özen gösterilme arzusu her konuda dengeyi hatırlatan dini normlarla uyum göstermektedir (MEB, 2018). Benzer şekilde 2018 DKAB ortaöğretim programlarının kazanımlarında İslam ahlakında yerilen davranışlara, ahlakın konusuna, ahlak ile terbiye arasındaki ilişkiye, bağımlılığa karşı ahlaki ilkelere vurgu söz konusudur (MEB, 2018).

Genel olarak İslam ahlakı ile ilgili konular işlenirken dersin teorik ve soyut olmaktan çıkarılıp günlük hayattan örneklerin verildiği pratikler üzerinden devam edilmesi istenmektedir. İslam ahlakının öngördüğü model insan üst başlığında İslam ahlakında iyi ve övülen tutum ve davranışlar ile İslam ahlakında kötü ve yerilen davranışlar ele alınmaktadır. İyi ve övülen davranış olarak nitelendirilenlerden adil olmak, hoşgörü ve bağışlama, insanlara iyi davranmak ve güzel söz söylemek üzerinde durulması gereken ve şiddete karşı çözüm içeren başlıklardır. Hoşgörü; "Her şeyi anlayışla karşılayarak olabildiği kadar hoş görme durumu, müsamaha, tolerans" olarak tanımlanırken bireylerin birbirleri ile olan ilişkilerinde karşılaştıkları olumsuz durumlara karşı toleranslı olmaları yaşanabilecek olumsuz durumları engellemek açısından öneme sahiptir

(TDK, 2022). İnsanlara iyi davranmak ve güzel söz söylemek ise fiziksel, sözel ve siber şiddete karşı tedbir niteliğindedir. İnsanların iletişimde bulundukları bireylere kötü söz söylemeleri, onları aşağılamaları, hakaret etmeleri sözlü şiddet olarak tanımlanmaktadır.

7.2. İbadetler

İbadetlerin doğrudan amaçlarında şiddete karşı bilinç geliştirmek olmasa bile bireysel dengeyi, ölçüyü korumak, iradeyi güçlendirmek gibi kazanımlar sayesinde gelişim sağlanabilir.

DKAB programının 5. sınıf düzeyindeki ilk ünite olan "Allah İnancı" ünitesinin kazanımlarından biri "Allah'ın Rahman ve Rahim isimlerinin yansımalarına örnekler verir." şeklindedir. Yaratıcının merhametini simgeleyen iki sıfatıyla bireylerin merhamet özelliğinin bağdaştırılması şiddeti önlemede etkili olabilecek değerlerden kabul edilebilir. "Ramazan ve Oruç" ünitesindeki kazanımların açıklamasında "Oruçlunun dikkat etmesi gereken hususlara da değinilir." cümlesi kapsamında oruçlu bireylerin psikolojik, fiziksel şiddet gibi her türlü şiddet türünden uzak durması gerektiği konunun içeriği gereği öğrencilere aktarılmak zorundadır. Orucu bozan durumlardan olmasa bile orucun sevabını azaltan durumlar olarak somut örneklendirme yapılacak bir başlıktır. 9. sınıf "İslam ve İbadet" ünitesindeki kazanım cümleleri içinde "İbadetlerin, bireyin ahlaki gelişimi üzerindeki etkisini yorumlar." cümlesi bireylerin ahlaki gelişiminde ibadet etmenin etkili olduğuna dikkat çekmektedir (MEB, 2018). İbadetler yoluyla bireylerin içsel dünyasının zenginleştirilmesi, sosyal farkındalığın arttırılması çözüme katkı sunacak özelliktedir.

7.3. Hz. Muhammed'in Örnekliği

Millî Eğitim Bakanlığı (MEB, 2018) tarafından yayımlanan Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi Öğretim Programı *Hz. Muhammed ve Aile Hayatı* ünitesindeki kazanımların açıklamasında "Hz. Muhammed'in eş, baba ve dede olarak aile içerisinde ortaya koyduğu örnek davranışlarına yer verilir, onun eş, çocuk ve torunlarına olan sevgisi hadislerden örneklerle açıklanır." olarak belirlenmiştir. Bir önceki ünitede iletişimle ilgili genel sınırlar çizilirken Hz. Muhammed ile ilgili ünitede rol model olarak belirlenen Hz. Muhammed'in örnek davranışları aktarılarak konunun somutlaştırılması amaçlanmaktadır. Kazanımın ikinci açıklaması "Hz. Muhammed'in aile bireylerine danışmasına ve onların görüşlerine değer vermesine de vurgu yapılır." şeklindedir. Ailede bireylerin görüşlerine önem verilmesi, demokratik bir tutum benimsenmesi aile içi iletişimi destekleyen noktalardandır. Genel olarak somut işlemler döneminde kabul edilen 5. sınıf öğrenciler için tarihte yaşanan olumlu örneklerin günümüzle de bağlantısının kurulması kazanımlara ulaşmayı sağlamada etkili olabilecek noktalardır. 5. sınıfın son ünite başlığı "Çevremizde Dinin İzleri" şeklindedir. Konu içeriği direkt saldırganlık ve şiddetle ilgili değildir. Ancak öğretmenlerin konuları işlerden saldırganlığın ve şiddetin yıkıcı etkilerini öğrencilerin anlayabileceği, iletişim becerisine katkıda bulunan örneklerin seçilebileceği konu başlıkları mevcuttur. Edebiyat, musiki ve örf-adetlerde dinin etkisinden bahsederken öğrencilerin birden fazla duyu organlarına hitap edebilen örnekler bulmak daha kolay gözükmektedir (MEB, 2018).

8. sınıf dördüncü ünitesi "Hz. Muhammed'in Örnekliğidir." İslam dininin inanırlarına örnek olarak gösterdiği Hz. Muhammed'in hayatından somut örneklerin paylaşıldığı başlığın kazanımları içinde Hz. Muhammed'in merhametli ve affedici oluşuna, istişareye verdiği öneme vurgu vardır (MEB, 2018). Bu çerçevede kazanımlar merhametli olmak gibi bir değerin yanı sıra bireysel ve aile içi şiddeti önleyebilecek davranışları kazandırma amacını içermektedir.

11. sınıf düzeyinde "Kur'an'a Göre Hz. Muhammed" ünitesi kazanım ve açıklamaları ile şiddete karşı farkındalık oluşturabilecek niteliktedir. Hz. Muhammed'in ahlaki özelliklerinin örneklendirilmesi üzerine kurulu kazanımlar mevcuttur (MEB, 2018). Bu örneklendirmeler yoluyla toplumsal bir problem olarak kabul edilen şiddet karşısında Hz. Muhammed'in tavrının, tutum ve davranışlarının aktarılması, şiddete karşı farkındalık oluşturulması mümkündür.

7.4. Kıssalar

Kıssalar genel olarak ahlaki mesajlar içeren bir özelliğe sahiptir. Programın esnek bir çerçevede hazırlanmış olması nedeniyle öğreticilerin belirleyeceği kıssalar üzerinden mesaj ve değer merkezli bir eğitim öğretim süreci planlanmış gözükmektedir. Bu nedenle seçilen kıssalar çerçevesinde kurslara devam edenlerin İslam'ın şiddete olan bakışının, saldırganlığa karşı birey ve toplum olarak alınabilecek tedbirlerin öğrenmiş olması beklenir. Millî Eğitim Bakanlığı (MEB, 2018) Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi Öğretim Programı'nda yer alan Hz. Lokman'ın öğütlerinin içeriği hem bireysel hem de sosyal alana etki edebilecek örneklemlere sahiptir. 2018 DKAB ilkokul ve ortaokul öğretim programında Hz. İbrahim, Hz. Davud, Hz.

İbrahim, Hz. Süleyman, Hz. Âdem, Hz. Zekeriya, Hz. İsmail, Hz. Yahya, Hz. İsa, Hz. Musa, Hz. Yusuf, Hz. Salih ve Hz. Nuh'un hayatlarından örneklerin aktarılması, hikayeleştirme yapılması mümkündür.

7.5. Kötü Alışkanlıklardan Uzak Durmak

Zararlı ya da kötü olarak nitelendirilen alışkanlıklar bireyin iradi sistemini olumsuz etkilediği için şiddetin tetikleyici unsurları olabilmektedir. Kötü alışkanlıkların şiddete yol açtığı hem gözlemler hem de istatistikler yoluyla ortaya konulabilmektedir. Bu bağlamda 6. sınıf düzeyinde belirlenen ünitelerden biri "Zararlı Alışkanlıklardır." 6. sınıf düzeyindeki ünitede zararlı alışkanlıkların hem bireysel hem de sosyal alandaki olumsuz etkilerine dikkat çekilmektedir. Aile içi şiddetin nedenlerinden biri olarak gösterilen içki, kumar ve uyuşturucu bağımlılığını engellemek saldırganlığa yol açan alışkanlıkların önüne geçmek için bir tedbir olarak görülebilir. Zararlı alışkanlıkların bireysel ve toplumsal hayat üzerindeki olumsuz yansımalarına değinilmesinin istendiği konu başlıkları saldırganlığı önlemede kullanılabilecek içeriğe sahiptir (MEB, 2018). 12. sınıf "Güncel Dini Meseleler" ünitesi kazanımları arasında bağımlılık noktasında dini ve ahlaki ilkelerin açıklanmasına dikkat çekilmiştir (MEB, 2018).

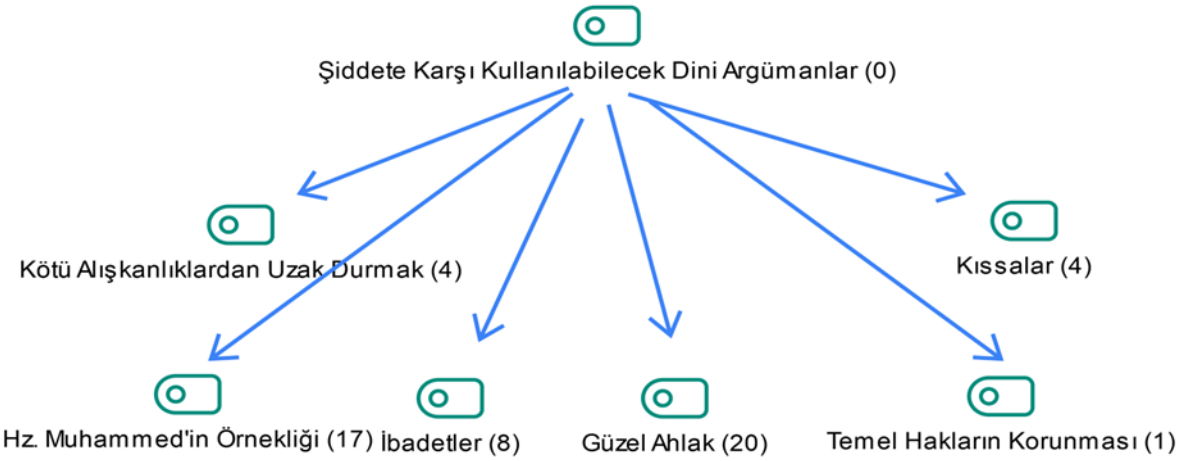
İslam ahlakında kötü ve yerilen davranışlar arasında konuyla bağlantılı olan başlıklar adam öldürmek, içki ve kumar, bağımlılık (madde, sosyal medya, teknoloji bağımlılığı vb.)dir. Tüm dinlerde en büyük günahlardan biri olarak kabul edilen adam öldürmek şiddetin son noktası olarak kabul edilir. İnsan hayatının kutsal olduğu kabulünden hareket eden bakış açısı toplumdaki düzenin korunmasına yardımcı olacaktır. Alkol, kumar ve bağımlılığa yol açan maddelerin şiddetin temel nedenleri olduğu bilinmektedir. Aile içi şiddetin nedenleri ile ilgili yapılan çalışmalar alkol kullanımının şiddete yol açtığını ortaya çıkarmıştır Özellikle aile içi şiddetin, ölümlü olmayan fiziksel yaralamaların, trafik kazalarının nedenlerin başında alkollü olmak geldiğine göre İslam ahlakında yerilen davranışlar kategorisinde kabul edilen başlıklar içinde olması doğaldır (Karaçam vd., 2006 ve Ünal, 2005). Bağımlılık tanımının içinde sosyal medya ve teknoloji bağımlılığının yer alması bağımlılık çeşitlerinin güncellendiği anlamına gelmektedir. Günlük hayatın içinde olan zorbalık ve şiddet teknolojik gelişmelerle birlikte sanal ortama da taşınmaya başlamıştır. Konu başlığı ile ilgili olarak siber zorbalığında gündeme getirilmesi, son yıllarda ortaya çıkan şiddet çeşitlerinden biri olarak toplumda farkındalık oluşturması açısından önemlidir.

7.6. Temel Hakların Korunması

8. sınıfın üçüncü ünite başlığı "Din ve Hayattır." "Din, birey ve toplum arasındaki ilişkiyi yorumlar." kazanımının açıklaması "İslam dininin temel inanç, ibadet ve ahlaki esasları bireysel, sosyal ve iktisadi hayatla ilişkilendirilerek ele alınır." şeklindedir. Konular işlenirken, günlük hayattan ve öğrencilerin somut deneyimlerinden örneklerle işlenme isteği bireyden hareket ilkesinin göz önünde bulundurulduğunu göstermektedir. "İslam dininin can, nesil, akıl, mal ve din emniyetiyle ilgili ortaya koyduğu ilke ve hedefleri analiz eder." kazanımının açıklamasında ise "Canın korunmasında, iş sağlığı ve güvenliği; malın korunmasında, haksız kazanç; aklın korunmasında, zararlı alışkanlıklar; neslin korunmasında, aile kurumunun önemi gibi konulara da değinilir." denilmiştir (MEB, 2018). Genel olarak şiddetin 15-44 yaş arası insanlar için dünya çapında önde gelen ölüm nedenleri arasında olduğu düşünüldüğünde İslam dininin canın korunmasıyla ilgili olarak aldığı tedbirlerin önemi anlaşılabilir (WHO, 2014). Şiddeti önlemeye yönelik hem aile kurumuna hem de aile içi iletişime dikkat çekilmesi mümkündür. Üniteyle ilgili kazanımlardan biri "Hz. Yusuf'un örnek hayatından ilkeler çıkarır." şeklindedir (MEB, 2018). Hz. Yusuf'un hayatı, sahih kaynaklarda yer alan rivayetler ışığında ayrıntıya girilmeden ve öğrenci düzeyi dikkate alınarak ele alınır şeklinde açıklamaya sahiptir. Hz. Yusuf yaşadıkları açısından değer eğitiminde öğrencilere örnek gösterilebilecek kutsal tarihsel figürlerden biridir. Özellikle aile bireyleri tarafından fiziksel şiddete uğraması daha sonra yaşadığı psikolojik ve fiziksel şiddet örnekleri görsel materyallerle desteklenerek hedef kitleye aktarılabilir. Hz. Yusuf'un temel haklarının ihlaline rağmen kendisine zarar verenlerin can ve mal güvenliğine müdahale etmemesi, onları affetmeyi seçmesi konuyla ilgili örnekler arasındadır (Karataş, 2020).

Modern dünyanın evrensel sözleşmeler ile garanti altına almaya çalıştığı temel haklardan olan yaşam hakkı, insan hakları ve ekonomik haklar programda teolojik destek ile güçlendirilmeye çalışılmaktadır. Dinin birey ve toplumun karar mekanizmasındaki temel ölçütlerden biri olması bu konudaki dini referansların deyim nerdeyse elini güçlendirmektedir. Kul hakkının kavramsal kullanımı teolojiden beslenmektedir. Bireylerin her türlü haklarının ihlal edilmesi dini literatürde kul hakkı kapsamında değerlendirilir ve birincil kaynaklarda affedilmesi yine insanlara bırakılmıştır. Oldukça geniş kapsama sahip olan kul hakkı ele alınırken sözlü, fiziki, siber, ekonomik şiddet türlerinden her biri ile ilişki kurulabilir. Bireyin yakın çevresindekilere karşı sorumluluğunu yerine getirirken doğru bir iletişim kurması, doğru bir

dil kullanması, karşısındakilerle ilgili olumlu özelliklerinden hareket etmesi yine şiddete karşı kullanılabilecek argümanlardandır. Benzer şekilde saygı kuralları ve görerek öğrenme ile ilgili White ve Widom tarafından yapılan çalışma referans gösterilebilir. İhmale uğrayan çocukların yetişkinlik döneminde şiddete daha yatkın oldukları araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır (White and Widom, 2003). Benzer şekilde Bulman'ın dünyaya ilişkin varsayımlar teorisi bireylerin deneyimlerine dikkat çekmekte, hayat boyu gözlemlenen davranışların olumlu olması durumunda davranışların da olumlu olacağını aktarmaktadır (Lilly vd., 2011).



Sonuç ve Öneriler

Şiddet ile ilgili çalışmak kendi içinde bazı zorluklar taşımaktadır. Bunların arasında konuyu sınırlandırmak vardır. Şiddete yüklenen anlamlar, şiddetin türleri, şiddete uğrayan bireylerin çeşitliliği gibi faktörler konuyu sınırlandırmayı zorlaştırmaktadır. Bu noktada farklı kaynaklardan harmanlayarak ulaşılan bilgiler ışığında şiddet türleri açısından aile içi şiddet, fiziksel, psikolojik, ekonomik, cinsel şiddet gibi türler ele alınmıştır. Şiddetin özne ve nesnesinin yakın bireyler olması nedeniyle ortaya çıkma ihtimali de daha zayıftır. Şiddetin türlerindeki çeşitliliğe rağmen şiddetin önlenebileceği ya da azaltılabileceği kabulü önemlidir. Bu kabul, neler yapılabileceği sorusunu gündeme getirmektedir.

Bireylerin olumsuz davranışlarının eğitim öğretim yoluyla olumlu davranışlara evrilebileceği bilinmektedir. Bu bakış açısı, şiddete karşı eğitimin kullanılabileceğini varsaymaktadır. Eğitim öğretim sürecinin teorik boyutunu oluşturan öğretim programları içerisinde din eğitimi program örneklemlerinin incelenmesi, programların şiddeti önlemeye yönelik katkısının neliği üzerine kuruludur. Bu noktada dünyaya ilişkin varsayımlar teorisi, bireyin dünya algısının başlangıçta olumlu olduğunu ve deneyimlere göre şekillendiğini göstermektedir. Bu deneyimler en iyi şekilde değer eğitimini teşvik ederek aktarılabilir. Araştırmanın sonucu, mevcut öğretim programlarının şiddet konusunda net bir gündeme sahip olmaktan ziyade, değerler ve dini argümanlar üzerinden konunun ele alınmasını mümkün kıldığını göstermektedir. Şiddeti önlemeye yönelik olarak öğretim programları kapsamında farkındalık ve duygu yönetimi eğitimlerinin göz önünde bulundurulması, iletişim becerilerini güçlendirecek etkinliklerin planlanması mümkündür.

Çalışmanın sınırları dahilinde, şiddeti önlemeye yönelik olarak din eğitimi ile ilgili öğretim programlarını tasvir etmek, var olan durumunu ortaya koymak hedeflenmiştir. Örgün eğitim için hazırlanan 2018 DKAB ilkokul, ortaokul ve ortaöğretim programları karşılaştırıldığı zaman ilkokul, ortaokul için hazırlanan öğretim programlarında şiddete karşı alınabilecek tedbirlerin daha yoğun olduğu görülmüştür. Ortaöğretim programında ise bazı sınıf seviyelerinin konu başlıklarında, kazanımlarında ve kazanımların açıklamalarında saldırganlığı önlemeye yönelik herhangi bir ibarenin mevcut olmadığı anlaşılmaktadır. Her iki öğretim programında şiddet ve saldırganlık kavramları metin içinde arandığı zaman ortaöğretim programında sadece bir yerde kavramın kullanıldığı görülmüştür.

Programların değerlendirilmesi sonucunda şiddet ile ilgili kayda değer derecede başlığın yer almadığı, değer eğitimi kapsamında programlarda yer alan kök değerlerin konu içeriklerine dağıtıldığı, şiddeti önlemeye yönelik olarak adalet, öz denetim, sabır, saygı, sevgi, adalet gibi değerlerin kazanımı için

planlamalar olduğu ortaya çıkmıştır. Bu açıdan öğrencilerin temel değerleri anlamaları, benimseyip sahip oldukları değerler ile uyumlu hareket etmelerinin hedeflendiği anlaşılmaktadır. Şiddetin öğrenilen bir tutum olduğu kabulünden hareket eden kuramlar temelinde aile ve okulun önemi ortaya çıkmaktadır. Aile içi iletişim, aile aidiyeti yoksunluğu gibi başlıklar konuyla bağlantılıdır. Aile kurumunun ortadan kalkması, güven duygusunun yıkılması birey ve toplumda farklı sorunlara yol açmaktadır ki bunlardan biri de şiddettir. Çalışmada ortaya çıkan sonuçlardan biri de programlarda aile kurumuna ve ailedeki bireylerle olan iletişime önem verilmesi gerektiğidir. Aynı zamanda her iki öğretim programında şiddeti önlemeye yönelik kullanılabilecek dini argümanların etkili bir şekilde ele alınmasının mümkün olduğunu göstermektedir.

Genel olarak programların hedef kitleye kazandırmak istediği bazı değerler ve alışkanlıklarla şiddete karşı bir duruş oluşturabileceği ifade edilmelidir. Çünkü şiddet önlenebilir, değiştirilebilir ve sınırlandırabilir. Dinin değerleri destekleme ve kazandırma yoluyla şiddetin önüne geçebilmesi mümkündür. Ulaşılan sonuçlardan hareketle din eğitiminin şiddeti önlemede kullanılabilecek önemli bir alan olduğu anlaşılmaktadır. Şiddetin önlenebilmesi ya da azaltılabilmesi için bazı öneriler yapılabilir.

Öğretim programları hazırlanırken şiddetin bireysel ve toplumsal zararlarına dikkat çeken yazılı ve görsel materyaller hazırlanabilir. Bu materyallerin hazırlanmasında farklı disiplinlerden yardım alınarak disiplinler arası bir yaklaşım benimsenebilir.

Farklı sivil toplum kuruluşları ile imzalanabilecek protokoller ile veliler için şiddete karşı farkındalık çalışmaları düzenlenebilir, geniş bir toplumsal katılım sağlanabilir. Ailelerin bu programlara katılımı, şiddete karşı yapılacak çalışmaların pekiştirilmesini sağlayacaktır.

Şiddete karşı duygu yönetimi ve farkındalık eğitimi programların kazanımlarına ve içeriklerine dağıtılabilir.

Değerler eğitimi çerçevesinde uygulanan yaklaşımların pozitif davranış geliştirme becerilerini içermesi hedeflenebilir.

Özellikle siber şiddete karşı güncel teolojik söylemlerin medya okur-yazarlığı ile harmanlanması sağlanabilir.

Din eğitimi alan bireylerin şiddete olan yaklaşımını ortaya çıkaran alan araştırmaları yapılabilir. Çıkan sonuçlar aracılığıyla bu konuda yorum yapabilmek, programların güçlü ve zayıf yönlerini ortaya çıkarmak mümkün olacaktır.

Etik Beyan

"Şiddet Problemi Bağlamında 2018 DKAB Öğretim Programlarında Şiddete Karşı Kullanılan Argümanlar" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Arguments Used Against Violence in the 2018 Religious Education Curricula in the Context of the Problem of Violence*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Not

Bu çalışma Uluslararası İslam ve Yorum VII "Cumhuriyetin 100. Yılında Türkiye'de Din ve Hayat Sempozyumu'nda (26*28 Ekim 2023) bildiri olarak sunulan tebliğin genişletilmiş halidir.

Kaynakça

Akca, E. B. (t.y.). *Siber zorbalık nedir? Nasıl mücadele edilir?* https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/5ok8W.pdf

Akkoç, Y. S. vd. (2020). *Kadına yönelik şiddetle mücadele koordinasyon planı.* İçişleri Bakanlığı. https://www.icisleri.gov.tr/kurumlar/icisleri.gov.tr/IcSite/mulkiyeteftis//inc_arst_rapor/Aile-ici-ve-kadina-yonelik-siddet.docx

Ayman, Z., & Şenol, N. (2012). Kadına yönelik aile içi şiddet: Nedenleri, sonuçları, alınacak önlemler. *Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele Ulusal Eylem Planı 2012-2015.* T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.

Ay, M. F. (2018). *Lise öğrencilerinde DKAB eğitimi ile saldırganlık arasında dindarlık ve ahlaki olgunluğun aracılık rolünün incelenmesi* (Doktora tezi). Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Aytaç, K. (1972). *Avrupa eğitim tarihi.* Ankara: AÜ DTCF Yayınları.

Ayverdi, İ. (2008). *Misalli büyük Türkçe sözlük.* İstanbul: Kubbealtı Neşriyatı Yayıncılık.

Bates, D. (1992). Developing R.E. in topic-based approaches to learning. In D. Bastide (Ed.), *Good practice in primary religious education* 4-11 (pp. 101-131). London: The Falmer Press.

Belsey, B. (t.y.). *Cyberbullying.* Erişim 26 Şubat 2023. https://www.cyberbullying

Cevizci, A. (1999). *Felsefe sözlüğü.* İstanbul: Paradigma Yayınları.

Çağrıcı, M. (1988.). Adalet. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi.* Erişim 15 Ağustos 2024. https://islamansiklopedisi.org.tr/adalet#1-ahlak

Demir, G. (2019). Kişilerarası iletişimde duygu yönetiminin rolü: Öğretmen-öğrenci iletişimi üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(11), 153-167.

Demirbaş, T. (2016). Şiddet suçlarına genel bir bakış. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 65(4), 3345-3353. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/621813

Derin, R. (2006). *İlköğretim 8. sınıf öğrencilerinin problem çözme becerileri ve denetim odağı düzeyleri ile akademik başarıları arasındaki ilişki (İzmir il örneklemi.* (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp#top2

Ediz, A., & Altan, Ş. (2017). *Türkiye'de kadına yönelik şiddet üzerine bir alan araştırması*. 397-410.

Ertürk, S. (1972). *Eğitimde program geliştirme.* Ankara: Yelkentepe Yayınları.

Gündüz, Ş. (2016). Din ve şiddet paradoksu. *Milel ve Nihal*, 13(2), 8-31. https://doi.org/10.17131/milel.284837

Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü. (2004). *Türkiye nüfus ve sağlık araştırması.* Ankara: Ekim.

Hobsbawm, E. J. (2020). *Kısa 20. yüzyıl 1914-1991 aşırılıklar çağı* (Y. Alagon, Çev.). İstanbul: Everest Yayınları.

İbn Düreyd el-Ezdî, E. M. b. el-Hasan. (1987). Cemheretü'l-luga (R. M. Ba'lebekî, Thk.). Beyrut: Dâru'l-İlm li'l-Melâyîn.

Kantarcı, Z. (2013). Sokrates ve eğitim felsefesi. *Mavi Atlas GŞÜ Edebiyat Fakültesi Dergisi, 1*, 78-90. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/84134

Karaçam, Z. vd. (2006). Evli kadınların aile içi şiddet görmelerini etkileyen faktörler ve kadınların şiddete ilişkin bazı özellikleri. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi, 22*(2), 71-88. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/835979

Karakaya, H., & Kubar, Y. (2020). Lise döneminde şiddet algısı ve nedenleri üzerine bir saha çalışması: Elâzığ örneği. *Journal of Analytic Divinity, 4*(2), 71-98. DOI: http://doi.org/10.46595/jad.758293

Karataş, M. (2020). Günümüz gençlerinin değerler eğitiminde bazı ahlaki davranışlar açısından Hz. Yûsuf kıssası. *Bartın Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi, 14*, Güz.

Korkmaz, S. (2019). *Siber zorbalık ve mağduriyet, problemli internet kullanımı ve dindarlık ilişkisi* (Doktora tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Lilly, M. M. vd. (2011). The mediating effect of world assumptions on the relationship between trauma exposure and depression. *Journal of Interpersonal Violence, 26*(12), 2499-2516. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0886260510383033

Millî Eğitim Bakanlığı (MEB). (2018). *Din kültürü ve ahlak bilgisi dersi öğretim programı (İlkokul 4 ve Ortaokul 5, 6, 7 ve 8. sınıflar).* http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=318

Millî Eğitim Bakanlığı (MEB). (2018). *Din kültürü ve ahlak bilgisi dersi öğretim programı (Ortaöğretim 9, 10, 11 ve 12. sınıflar).* http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=319

Millî Eğitim Bakanlığı (MEB), Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı (EARGED). (2008). *Öğrencilerin şiddet algısı.* https://www.meb.gov.tr/earged/earged/siddet_algisi.pdf

Najafova, L. (2020). *Türkiye'de kadına yönelik aile içi şiddetle ilgili araştırmaların sistematik derlemesi* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Okumuşlar, M. (2007). Çok kültürlü toplumlarda "din hakkında öğrenme" ve "dinden öğrenme" modeli. *Marife, 7*(2), 251-264.

Ögel, K. (2017). *Bağımlılık ve tedavisi temel kitabı.* İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Sami, Ş. (1987). *Kamus-ı Türki.* İstanbul: Çağrı Yayınları.

Tarhan, N. (2004, Kasım 23). Şiddet eğiliminin altında Hollywood kültürü var (Defne Sarısoy). *NTV Güncel.* http://arsiv.ntv.com.tr/news/297377.asp

TBMM. (2007). Çocuklarda ve gençlerde artan şiddet eğilimi III. https://www5.tbmm.gov.tr//develop/owa/arastirma_onergesi_gd.onerge_bilgileri?kanunlar_sira_no=491

Tezcan, M. (1994). *Eğitim sosyolojisi*. Ankara: Zirve Ofset.

Türkiye Cumhuriyeti. (2012). Ailenin korunması ve kadına karşı şiddetin önlenmesine dair kanun (Kanun No. 6284). Resmî Gazete, 28239. https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6284.pdf

T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. (2014). *Türkiye'de kadına yönelik aile içi şiddet araştırması.* http://www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11655/23341/ozetraporturkceweb.pdf?sequence=2

Türk Dil Kurumu (TDK). (2023). *Güncel Türkçe Sözlük*. https://sozluk.gov.tr/

Ünal, G. (2005). Aile içi şiddet. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, 2*(9), 1-8. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/198147

White, H. R., & Widom, C. S. (2003). Intimate partner violence among abused and neglected children in young adulthood: The mediating effects of early aggression, antisocial personality, hostility and alcohol problems. *Aggressive Behavior: Official Journal of the International Society for Research on Aggression, 29*(4), 332-345.

World Health Organization. (2002). *World report on violence and health*. Geneva.

World Health Organization. (2014). *Global status report on violence prevention*. Luxembourg.

World Health Organization. (2014). *Violence against women*. Geneva.

Yakut, S. (2012). Lise öğrencilerinde şiddet eğilimi düzeyinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 3*(1), 143-189. https://isamveri.org/pdfdrg/D03583/2012_3_1/2012_3_1_YAKUTS.pdf

Yavuzer, Y. (2009). *Saldırganlığı önlemeye yönelik psiko-eğitim programlarının lise öğrencilerindeki etkisinin incelenmesi* (Doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=gPqdK2uRWT1SVJv8O2or3Q&no=ALiIsuuL9mn_TYb5eSGuqg

Yazıcı, M. (2013). Toplumsal değişim durumunun şiddet biçimiyle ilişkisi: ABD/Avrupa-Türkiye karşılaştırması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 12*(46), 350-369. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/70495

Yılmaz, M. (2010). *Ergenlerde şiddetin önlenmesinde din eğitiminin rolü* (Doktora tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Yılmaz, M. (2013). Bireysel şiddet davranışlarını önlemede yaygın din eğitimi. *Yaygın Din Eğitimi Sempozyumu Bildirileri.* Ankara: DİB Yayınları.

EXTENDED ABSTRACT

Violence is an issue that negatively impacts individuals and society, tarnishing human dignity. The struggle to protect human dignity requires a multidimensional and complex interdisciplinary approach. In this context, violence remains a problem waiting to be solved by humanity. There are various definitions of violence. The common point in all these definitions is the negative image that the concept of violence creates in the minds of individuals. Each type of violence targets different individuals. However, in general, individuals who are subjected to violence are typically those who can be described as disadvantaged. The negative effects of violence on both individual and societal life, as well as what needs to be done to eliminate violence, are open to solution proposals. In the educational process, it is likely that teaching programs may contain solutions, given the inclusion of planned educational activities. In this regard, it is important to highlight the necessity of utilizing religious education, which has both theoretical and practical relevance in societal memory, and to contribute to the updating of the Religious Culture and Ethics (DKAB) curriculum within the scope of this study. The research questions of the study include whether the 2018 DKAB curriculum contains current information to prevent various types of violence. To address these questions and achieve the study's objectives, the relevant curricula have been examined descriptively through document analysis. Through the data obtained, coding categories were created, and these codes were grouped together to form the main themes of the study. The study consists of two parts. In the first part, definitions and theories related to violence are presented, thus establishing the boundaries of the study. In the second part, the study's titles were formulated based on the learning outcomes found in the DKAB curriculum. There are existing studies in the literature on the role of religious education in preventing violence. Some of these studies are the result of the efforts of scientists, while others consist of projects supported by public institutions. As one of the sources of social problems, the definition of violence, its causes, and how to address it deserve further discussion. In this context, the research supported by the Ministry of National Education (MEB) aims to describe the issue and propose solutions. Similarly, studies exploring the function of widespread religious education in preventing violence, and those examining the relationship between Religious Culture and Ethics Education (DKAB), aggression, and cyberbullying among high school students, have made valuable contributions to the field. However, the novelty of this research lies in the fact that it is based on the DKAB curriculum. The results of the study indicate that within the themes identified under the 2018 DKAB curriculum, religious arguments

against violence are more prevalent compared to other themes. One of the study's key themes, the function of religious education in preventing violence, has been addressed through various subtopics. Examples of values opposing violence have been analyzed under the headings of justice, self-regulation, love-respect, and kindness, with kindness receiving the most emphasis within the scope of the study. The research highlights that problem-solving skills are among the measures aimed at preventing violence. In the 2018 DKAB curriculum, religious arguments that can be used against violence exhibit greater diversity compared to other topics. These arguments include avoiding harmful habits, following the example of Prophet Muhammad, worship, moral virtues, protecting fundamental rights, and narratives (Qisas). Among these, the "moral virtues" section contains the most comprehensive content. Recommendations related to the study include the preparation of written and visual materials emphasizing the individual and societal harms of violence during the development of curricula, as well as adopting an interdisciplinary approach. Awareness campaigns against violence could be organized for parents through protocols established with various non-governmental organizations, ensuring broader societal participation. Parental involvement in these programs would reinforce efforts to combat violence. Emotional management and awareness training against violence could be integrated into the outcomes and content of the programs. Approaches applied within the framework of values education could aim to include skills for developing positive behaviors. Furthermore, theological discourses addressing cyber violence, which has become increasingly prevalent in recent years, could be supported with media literacy initiatives. One of the findings of the study is the importance of emphasizing the family institution and communication among family members within the programs. Additionally, the study indicates that religious arguments, which could be used to prevent violence, can be effectively addressed in both curricula.It is possible not only to take preventive measures against violence through the values distributed across the content but also to support the topic with theological arguments. It is also suggested that religious education can be a source of support for tackling social problems, such as violence, which undermine social trust.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3

MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3

ISSN: 1694-7215

Research Paper / Araştırma Makalesi

Eğitim Örgütlerinde Örgütsel Narsisizm ile Kurumsal İtibar Arasındaki İlişki

Filiz TOPTAN GÜNEŞ[1] ve Şefika Şule ERÇETİN[2]

Öz

Bu çalışmada öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. 2023-2024 eğitim öğretim yılında İstanbul ili Pendik ilçesinde kamu ve özel ortaöğretim kurumlarında çalışan 3462 öğretmen çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemi tabakalı örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir ve 346 öğretmenden oluşmaktadır. Çalışmada veri toplamak için "Kurumsal İtibar Ölçeği" ve "Örgütsel Narsisizm Ölçeği" kullanılmıştır. Çalışmada öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizmin "orta" düzeyde olduğu; kurumsal itibarın ise "katılıyorum" düzeyinde olduğu bulunmuştur. Öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm düzeyinin "mesleki kıdem" değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği fakat "cinsiyet, görev yapılan sektör, mevcut okulda çalışma süresi, eğitim durumu" değişkenlerine göre ise anlamlı olarak farklılaştığı tespit edilmiştir. Öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde kurumsal itibar düzeyinin "mevcut okulda çalışma süresi, eğitim durumu" değişkenlerine göre anlamlı farklılık gösterdiği, "cinsiyet, görev yapılan sektör, mesleki kıdem" değişkenlerine göre ise anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Ayrıca örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Narsisizm, Kurumsal İtibar, Eğitim Örgütleri

The Relationship Between Organizational Narcissism and Corporate Reputation in Educational Organizations

Abstract

This study aimed to examine the correlation between organizational narcissism and corporate reputation in educational organizations according to teachers' perceptions. The target population of the study includes 3462 teachers working in public and private secondary education organizations in the Pendik district of Istanbul during the 2023-2024 academic year. The sample of the study was determined using stratified sampling method and consisted of 346 teachers. Data was collected using the "Corporate Reputation Scale" and "Organizational Narcissism Scale". The findings showed that organizational narcissism in educational organizations was at the "medium" level; and corporate reputation was at the "I agree" level. According to teachers' perceptions, the level of organizational narcissism in educational organizations showed a significant difference according to "gender, sector of employment, length of service at current school, educational status", but it did not differ significantly according to "professional seniority". The level of corporate reputation in educational organizations showed a significant difference according to "length of service at current school, educational status", while it did not differ significantly according to "gender, sector of employment, professional seniority". In addition, it was determined that there is a moderate and positive significant relationship between organizational narcissism and corporate reputation.

Keywords: Organizational Narcissism, Corporate Reputation, Educational Organizations

Atıf İçin / Please Cite As:

Toptan Güneş, F. ve Erçetin, Ş. Ş. (2025). Eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar arasındaki ilişki. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 962-974. doi:10.33206/mjss.1651542

Geliş Tarihi / Received Date: 13.03.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 19.06.2025

[1] Doktora Öğrencisi - Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, filiztoptangunes@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-2405-4906

[2] Prof. Dr. - Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, sefikasule@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-7686-4863

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Eğitim, toplumsal anlamda mevcut risklerin azaltılmasında etkin rol oynayan; bireylerin hayatında kalıcı izler bırakan; öğrenci, veli ve tüm paydaşlar için pahalı bir yatırım aracıdır. Dolayısıyla tercihte bulunurken itibarlı örgütleri tercih etmek paydaşlar için önem arz etmektedir. Aileler okul seçimi yaparken eğitim örgütlerinin itibarına dikkat etmektedirler. Akademik başarı, sahip olunan öğretmenin kalitesi, nitelikli bir eğitim süreci ebeveynlerde pozitif bir algının oluşmasını sağlamaktadır (Nicholson, 2016). Aynı zamanda çalışanlar da örgütsel itibardan etkilenmekte; çalıştıkları eğitim örgütünün itibarlı olması, çalışanların saygınlığının artmasına neden olabilmektedir (Karaköse, 2006).

Kurumsal itibar kavramı, örgütün iç ve dış paydaşlarınca ne derece değerli ve güvenilir algılandığına ilişkin bir kavramdır (Gotsi ve Wilson, 2001: 25). Örgütün paydaşları ve toplum tarafından örgüte ilişkin sahip olunan olumlu veya olumsuz algıların bütünüdür (Fombrun, 1996). "*Duygusal çekicilik, ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, sosyal ve çevresel sorumluluk, çalışma ortamı, finansal performans*" olarak altı boyutu bulunmaktadır (Fombrun, Gardberg ve Sever, 2000). *Duygusal çekicilik,* bir örgütün tercih edilmesinde veya örgütün diğer insanlara tavsiye edilmesinde duygusal bağın etkili olmasını ifade etmektedir. Kurumsal itibar düzeyi yüksek olan örgütler kaliteli çalışanlar tarafından tercih edilmekte, uzun vadede ise çalışanların da örgütlerine bağlılıkları ortaya çıkmaktadır (Sipahioğlu, 2018). *Ürün ve hizmet,* bir örgütün sunduğu ürün ve hizmet kalitesinin kurumların itibarında önemli etkiye sahip olmasını ifade etmektedir (Çekmecelioğlu ve Dinçel, 2013: 127). Kurumsal itibarı yüksek olan örgütler sundukları hizmet ve ürünlerinin arkasında durmaktadırlar, yenilikçi hizmet anlayışına sahiptirler. Bu örgütlerdeki ürün ve hizmetler alınan paranın karşılığının verilmesini sağlayan bir değerdir (Fombrun, 1996). Örgütler müşterilerinin beklentilerini doğru karşıladıklarından müşterilerde memnuniyet oluşmakta, sonraki satın alma süreçlerinde örgütün itibarının hatırlanmasına sebep olmaktadır (Chalmeta, 2006). *Vizyon ve liderlik,* kurumsal itibar için önemli unsurlardır. Vizyon, genellikle politik liderlerin geleceğe ilişkin sahip oldukları bakış açısını ifade etmektedir ve kelime anlamı olarak geleceği kestirebilme şeklinde tanımlanabilmektedir (Erçetin, 2000). Güçlü bir kurumsal itibara sahip olan örgütler geleceğe ilişkin açık bir vizyona sahiptir. Bu örgütler sektörel fırsatların farkındadır ve bu fırsatlardan yararlanmaktadırlar. Ayrıca kusursuz bir liderliğe sahiptirler (Fombrun, 1996). *Sosyal ve çevresel sorumluluk*, örgütlerin faaliyet gösterdikleri çevrenin yararına, insanların yaşam standartlarını geliştirmeye yönelik spor ve sanat faaliyetleri, çevreyi koruma girişimleri, kültürel ve eğitsel faaliyetler planlamasını içermektedir. Bu bağlamda gerçekleştirilen faaliyetler örgütlerde kurumsal itibarın oluşmasına katkı sağlamaktadır (Karaköse, 2006: 110). Kurumsal itibara sahip olan örgütlerde sosyal ve çevresel sorumluluk bağlamında sosyal davalar desteklenir ve bu örgütler çevreye karşı sosyal sorumluluk bilinciyle hareket ederler (Fombrun vd., 2000: 253). *Çalışma ortamı* açısından değerlendirme yapıldığında kurumsal itibar açısından güçlü olan örgütlerin iyi yönetildiği, çalışmak için uygun kabul edildiği ve iyi personele sahip olduğu söylenebilir (Fombrun vd., 2000: 253). Örgütlerde nitelikli personelin istihdam edilmesinde, örgütün paydaşlar tarafından başarılı kabul edilmesinde ve sürdürülebilir bir kurumsal itibarın oluşturulmasında çalışma ortamının büyük bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür (Sipahioğlu, 2018). *Finansal performans* açısından değerlendirildiğinde ise güçlü kurumsal itibara sahip olan örgütler karlılık siciline sahiptir, düşük riskli bir yatırım olarak kabul edilirler ve bu örgütler gelecekte de güçlü bir büyüme sunarlar (Fombrun vd., 2000: 253).

Saygı duyulan bir örgütün parçası olmak örgüt üyelerinin öz değer duygularını pekiştirmektedir (Smidts vd., 2001). Bu örgütlerde çalışmak, eğitim görmek, çalışanlarla etkileşim halinde olmak ayrıcalık oluşturmakta hatta gösteriş ve kibir oluşturabilmektedir (Hamedoğlu, 2009). Böylece eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm olgusu ortaya çıkabilmektedir. Örgütsel anlamda sergilenebilecek narsistik davranışlar bireysel narsistik davranışlara ilişkin yapılan tanımlamalardan yola çıkarak oluşturulmuştur. Brown (1997) tarafından yapılan bu sınıflandırmada örgütlerin sergiledikleri narsistik davranışlar "*inkâr, mantığa bürüme, övünme, atıfsal bencillik, hak iddia etme algısı, anksiyete"* olmak üzere altı başlıkta değerlendirilmektedir. *İnkâr*, bireylerin olumlu bir benlik algısını sürdürmek için olayları anlamlandırmaya çalışırken mitler oluşturmasını; *mantığa bürüme*, kabul edilemez olan bir davranışı kabul edilebilir bir şekilde sunmayı; *övünme*, örgütlerin öz- değer duygularını abartma, sınırsız yeteneklere sahip olduklarına dair hayaller kurmalarını; *atıfsal bencillik*, örgütteki çıktıların istenen çıktılar ise örgüte ve kendi çabalarına atfedilmesini, istenmeyen çıktılar ise başka faktörlere bağlanmasını ifade etmektedir (Brown, 1997). *Hak iddia etme algısı,* diğerleriyle empati kurmamayı ve onları sömürmeyi hak görmeyi ifade etmektedir (Harvey ve Martinko, 2008). *Anksiyete* ise öz- saygıyı sağlamak için diğerlerine bağlı olmalarından kaynaklanmaktadır. Örgütteki bireyler kaygıyı ortadan kaldırmak için girişimde bulunmaktadırlar ve bu durum bireylerin bir arada durmasına sebep olmaktadır (Brown, 1997).

Eğitim örgütlerinde öğretmenlerin, yöneticilerin örgütlerinin başarılı olduğuna, örnek alınması gerektiğine ilişkin algılara sahip olması kabul edilebilir düzeyde olduğunda motivasyon artışına, iş doyumunun artışına katkı sağlayabilmektedir. Fakat, örgütte sahip olunan itibarı kaybetme durumuyla karşı karşıya kalındığında ego savunucu davranışlar devreye girebilmektedir. Örgüte ilişkin olumlu algının değişmeye başlaması, başka bir örgütün daha iyi anılması gibi durumlarda örgüt çalışanları kendilerini tehdit altında hissedebilmekte ve inkâr, yadsıma gibi savunma mekanizmaları kullanmayı, sorunları görmezden gelmeyi tercih edebilmektedirler. Örgütün temel ihtiyaçlarını ikinci plana iterek, görkemli mezuniyet ve açılış törenleri düzenleyerek ilgiyi farklı yöne kaydırabilmektedirler (Hamedoğlu, 2009). Bu davranışlarda temel dayanak noktası örgütün sahip olduğu ayrıcalığı, gücü ve itibarı korumaktır. Dolayısıyla eğitim örgütlerinde kurumsal itibar olgusunun örgütsel narsisizm ile ilişkili bir kavram olarak ele alınabileceği ileri sürülebilir.

İlgili alanyazında kurumsal itibar ile ilgili çalışmalar incelendiğinde farklı eğitim düzeylerinde ve eğitim örgütlerinde kurumsal itibar algısını belirlemeye yönelik çalışmaların yapıldığını söylemek mümkündür (Karaköse, 2006; Dülger, 2017; Sipahioğlu, 2018; Pitan ve Muller, 2019). Ayrıca kurumsal itibar; liderlik rolleri (Van der Jagt, 2005), öğretimsel liderlik (Özdoğru, 2020; Özdoğru ve Güçlü, 2021); karizmatik liderlik (Demir, 2018), okula yabancılaşma (Ataş, 2012), okul güvenliği (Binkhorst ve Kingma, 2012), eğitim memnuniyet düzeyi (Saraç, 2019), iş tatmini (Tatlı Kalaycı, 2019), örgütsel bağlılık (İlker, 2019; Tatlı Kalaycı, 2019), örgüt içi iletişim (Kurt, 2014; Çantay, 2018), psikolojik sermaye (Akyüz ve Cinel, 2021), örgütsel ustalık (Bakan vd.,, 2019) kavramlarıyla birlikte ele alınmıştır. Örgütsel narsisizm ise alanyazında çeşitli çalışmalarda araştırılmış bir olgudur (Ganesh, 2003; Duchon ve Burns, 2008; Duchan ve Drake, 2009; Hamedoğlu, 2009; Campbell vd., 2011; Yurdakul, 2015; Kahveci, Gülay ve Avcı, 2018; Şen ve Dirgen, 2018; Oara, Constantin ve Candel, 2019; Wirtz ve Rigotti, 2020). Alanyazında örgütsel narsisizme ilişkin çalışmalar çoğunlukla kavramsal çalışmalardır. Bunun yanı sıra örgütsel narsisizmin farklı kavramlarla ilişkisini inceleyen çalışmalar da yapılmıştır. Bu çalışmalarda örgütsel narsisizm kavramı liderlik davranışları (Salihoğlu ve Camadan, 2020), nepotizm (Şen ve Dirgen, 2018), öz yeterlik (Yurdakul, 2015); okul iklimi (Kahveci vd., 2018) gibi kavramlarla birlikte incelenmiştir. Alanyazın incelendiğinde eğitim örgütlerinin kurumsal itibar düzeyleri ve örgütsel narsisizm düzeyleri arasındaki ilişkiye dair ulaşılabildiği kadarıyla herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın alanyazındaki bu boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar arasındaki ilişkinin belirlenmesinin eğitim örgütlerinde yöneticiler ve öğretmenler için yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Eğitim örgütlerine rekabet edebilme fırsatı veren, örgütlere değer ve saygınlık kazandıran bir unsur olan kurumsal itibar kavramına ilişkin öğretmen ve yöneticilerde bir farkındalık oluşturması beklenmektedir. Bu bağlamda yönetici ve öğretmenler kurumlarını itibar bakımından değerlendirebilirler ve kurumsal itibarı artırmaya yönelik öneriler geliştirebilirler. Ayrıca yöneticiler ve öğretmenler örgütsel narsisizm ve yıkıcı etkilerine karşı farkındalık kazanarak kurumlarında sağlıklı örgüt yapısının oluşmasına katkı sağlayabilirler. Bununla birlikte örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar ilişkisine dair elde edilen bulgular ve sonuçlar yöneticilere yönetim süreçlerini planlama konusunda yol gösterebilir. Ayrıca bu çalışmanın yapılacak yeni çalışmalar için de zemin hazırlayarak alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada öğretmen algılarına göre örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda çalışma soruları şu şekilde oluşturulmuştur:

1. Öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm düzeyi nedir?
2. Öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm düzeyi "cinsiyet, görev yaptıkları sektör, mesleki kıdem, mevcut okulda çalışma süresi, eğitim durumu" değişkenlerine göre anlamlı bir fark göstermekte midir?
3. Öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde kurumsal itibar düzeyi nedir?
4. Öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde kurumsal itibar düzeyi "cinsiyet, görev yaptıkları sektör, mesleki kıdem, mevcut okulda çalışma süresi, eğitim durumu" değişkenlerine göre anlamlı bir fark göstermekte midir?
5. Öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar düzeyi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Yöntem

Ortaöğretim kurumlarında öğretmen algılarına göre örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar ilişkisini incelemeyi amaçlayan bu çalışma nicel araştırma olarak tasarlanmıştır. Çalışmada iki veya daha fazla

değişken arasında birlikte değişimin olup olmadığının belirlenmesi ve olası değişimin nasıl olduğunun saptanması amacıyla uygulanan (Karasar, 2011) ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Çalışmada ilk olarak öğretmen algılarına göre örgütsel narsisizm ve kurumsal itibar düzeyleri belirlenmiş, ardından bu düzeylerin "cinsiyet, görev yapılan sektör, mesleki kıdem, mevcut okulda çalışma süresi, eğitim durumu" değişkenlerine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediği araştırılmıştır. Son olarak örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı belirlenmiştir.

Evren - Örneklem

2023-2024 yılında İstanbul ili Pendik ilçesinde kamu ve özel ortaöğretim kurumlarında çalışan 3462 öğretmen çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma evreninde yer alan öğretmenlerin %73'ü (2512) kamu ortaöğretim kurumlarında, %27'si (950) özel ortaöğretim kurumlarında çalışmaktadır. Tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenen örneklemde öğretmenler örneklem birimi, görev yaptıkları sektör tabaka olarak alınmıştır. 346 öğretmenin örneklem sayısı için yeterli olduğu tespit edilmiştir. Örneklem evren ile orantılı bir şekilde belirlenmiştir. Örnekleme dâhil edilen öğretmenlerin %72,8' i (252) kamuda, %27,2'si (94) özelde görev yapmaktadır. Öğretmenlerin %62,7' si (217) kadın ve %37,3'ü (129) erkektir. Öğretmenlerin %72,3' ü (250) lisans, %27,7' si (96) lisansüstü mezunudur. Öğretmenlerin %46,2' si (160) 1-3 yıl, %28,9' u (100) 4-7 yıl, %24,9'u (86) ise 8 yıl ve daha fazla bağlı bulundukları örgütte çalışmaktadır. Öğretmenlerin %13'ünün (45) 1-5 yıl, %24,6'sının (85) 6-10 yıl, %25,1'inin (87) 11-15 yıl, %12,1'inin (42) 16-20 yıl, %25,1'inin (87) ise 21 yıl ve daha fazla mesleki kıdemi vardır.

Veri Toplama Araçları

Kişisel Bilgi Formu. Çalışmada "cinsiyet, görev yapılan sektör, mesleki kıdem, mevcut okulda çalışma süresi, eğitim durumu" gibi kişisel bilgilere ilişkin veriler "Kişisel Bilgi Formu" kullanılarak toplanmıştır.

Örgütsel Narsisizm Ölçeği. Eğitim örgütlerinin örgütsel narsisizm düzeyini belirlemek için Hamedoğlu ve Potas'ın (2012) geliştirdikleri "Örgütsel Narsisizm Ölçeği" kullanılmıştır.5'li Likert tipinde, 34 maddeden oluşan ölçekte "*Kendini Özel Görme ve Kibirlilik, Liderlik ve Otorite Algısı, Onaylanma ve Kabul Görme İsteği, Tüm Güçlülük Algısı* ve *Teşhirci Davranış*" şeklinde 5 boyut bulunmaktadır. Ölçeğin alt boyutlarının Cronbach Alpha değeri sırasıyla "α = 0,90", "α = 0,80 " , "α = 0,77", "α = 0,86", "α = 0,86"dır. Ölçeğin tamamında Cronbach Alpha değeri ise "α = 0,96" dır.

Kurumsal İtibar Ölçeği. Eğitim örgütlerinin kurumsal itibar düzeylerini belirlemek için Karaköse'nin (2006) geliştirdiği "Kurumsal İtibar Ölçeği" kullanılmıştır.5'li Likert tipinde, 40 maddeden oluşan ölçeğin "*Hizmet Kalitesi, Yönetim Kalitesi, Finansal Sağlamlık, Çalışma Ortamı, Toplumsal Sorumluluk, Duygusal Çekicilik, Kurumsal Etik*" şeklinde yedi alt boyutu bulunmaktadır. Ölçeğin alt boyutlarının Cronbach Alpha değeri sırasıyla "α = 0,74", "α = 0,68 " , "α = 0,49", "α = 0,74", "α = 0,65", "α = 0,75", "α = 0,80"dir. Ölçeğin tamamında Cronbach Alpha değeri ise "α = 0,93" tür.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde ilk olarak verilerin normallik dağılımları değerlendirilmiştir. Verilerin basıklık ve çarpıklığa ilişkin değerleri, histogram ve normal Q-Q grafikleri incelenmiştir. Örgütsel Narsisizm Ölçeğinin basıklık değeri -.313, çarpıklık değeri -.036; Kurumsal İtibar Ölçeğinin basıklık değeri .313, çarpıklık değeri -.344 şeklinde bulunmuştur. -1,5 ile +1,5 arasındaki basıklık ve çarpıklık değerleri, verilerin normal dağıldığını göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Ayrıca incelenen histogram ve Q-Q grafikleri de verilerin normal dağıldığını göstermiştir. Varyansların homojenliğini belirlemek için ise Levene testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre "Örgütsel Narsisizm Ölçeği *(p>.05)* ve Kurumsal İtibar Ölçeğinde *(p>.05)* varyansların homojen dağılım gösterdiği söylenebilir. Veri seti normal dağılım gösterdiği ve homojenlik varsayımlarını karşıladığından çalışmada parametrik istatistik yöntemleri (t-testi, tek yönlü varyans analizi) kullanılmıştır. Pearson korelasyon analizi ile değişkenler arası ilişki incelenmiştir

Bulgular

Betimsel analiz bulguları, fark testlerine ilişkin bulgular ve korelasyon analizi bulguları bu bölümde yer almaktadır.

Öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm ve kurumsal itibar düzeyine dair ortalama ve standart sapmaya ilişkin değerler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. *Örgütsel Narsisizm ve Kurumsal İtibara Dair Betimsel İstatistikler*

Değişkenler	$\bar{X}$	Ss
Örgütsel Narsisizm	3,12	0,81
Kurumsal İtibar	3,82	0,57

Tablo 1'de görüldüğü üzere öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm düzeyinin "orta" düzeyde (X=3,12), kurumsal itibarın ise "katılıyorum" düzeyinde (X=3,82) olduğu tespit edilmiştir.

Örgütsel narsisizme ilişkin öğretmen algılarının cinsiyet, görev yaptıkları okulun sektörü ve eğitim durumuna göre karşılaştırılması amacıyla yapılan t-testi analizi sonuçlarına Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2. *Örgütsel Narsisizm Düzeyinin "Cinsiyet, Görev Yaptıkları Okulun Sektörü ve Eğitim Durumu" Değişkenlerine Göre Karşılaştırılması*

Değişkenler		N	$\bar{X}$	Ss	t	*p*
Cinsiyet	Kadın	217	3,04	0,81	2,36	.02
	Erkek	129	3,25	0,80		
Görev Yaptıkları Okulun Sektörü	Kamu	252	3,05	0,78	2,61	.01
	Özel	94	3,31	0,87		
Eğitim Durumu	Lisans	250	3,20	0,77	2,87	.004
	Lisansüstü	96	2,92	0,87		

Tablo 2'de görüldüğü üzere örgütsel narsisizme ilişkin öğretmen algılarının "cinsiyet" [$t_{(344)}$ = 2,36, p < .05], "görev yaptıkları sektör" [$t_{(344)}$ = 2,61, p < .05] ve "eğitim durumu" [$t_{(344)}$ = 2,87, p < .01] değişkenlerine göre anlamlı fark gösterdiği tespit edilmiştir. Erkek öğretmenlerin örgütsel narsisizme ilişkin algı düzeylerinin kadın öğretmenlerin algı düzeylerinden, özel sektörde çalışan öğretmenlerin örgütsel narsisizm algı düzeylerinin kamuda görev yapan öğretmenlerin algı düzeylerinden, lisans düzeyinde eğitime sahip öğretmenlerin örgütsel narsisizme ilişkin algı düzeylerinin lisansüstü düzeyinde eğitime sahip öğretmenlerin algı düzeylerinden anlamlı ölçüde yüksek olduğu belirlenmiştir.

Örgütsel narsisizme ilişkin öğretmen algılarının mesleki kıdem ve mevcut okulda çalışma süresine göre karşılaştırılması amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına Tablo 3'te yer verilmiştir.

Tablo 3. *Örgütsel Narsisizm Düzeyinin "Mesleki Kıdem ve Mevcut Okulda Çalışma Süresi" Değişkenlerine Göre Karşılaştırılması*

Değişkenler		N	$\bar{X}$	Ss	F	*p*	Anlamlı Fark (Tukey)
Mesleki Kıdem	1-5 yıl	45	3,28	0,88	2,37	.053	-
	6-10 yıl	85	3,06	0,79			
	11-15 yıl	87	2,94	0,82			
	16-20 yıl	42	3,14	0,90			
	21 yıl ve üzeri	87	3,26	0,81			
Okulda Çalışma Süresi	1-3 yıl (A)	160	3,26	0,83	4,42	.01	A-C
	4-7 yıl (B)	100	3,04	0,74			
	8 yıl ve üzeri(C)	86	2,97	0,82			

Tablo 3'te görüldüğü üzere "mesleki kıdem" değişkenine göre eğitim örgütlerinin örgütsel narsisizm düzeylerine ilişkin öğretmen algıları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir [$F_{(4,341)}$ =2,37, p > .05]. Farklı mesleki kıdemi olan öğretmenlerin örgütsel narsisizme ilişkin benzer algılara sahip olduğu söylenebilir. Örgütsel narsisizme ilişkin öğretmen algılarının "mevcut okulda çalışma süresi" değişkenine göre ise anlamlı bir fark gösterdiği tespit edilmiştir [$F_{(2,343)}$ =4,42, p < .05]. Tukey testi sonucuna göre mevcut okullarında 1-3 yıl arası çalışan öğretmenlerin örgütsel narsisizm algılarının (X=3,26) 8 yıl ve üzeri görev yapan öğretmenlerin algılarından (X=2,97) anlamlı ölçüde yüksek olduğu saptanmıştır.

Kurumsal itibara ilişkin öğretmen algılarının cinsiyet, görev yaptıkları okulun sektörü ve eğitim durumuna göre karşılaştırılması amacıyla yapılan t-testi analizi sonuçlarına Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4. *Kurumsal İtibar Düzeyinin "Cinsiyet, Görev Yaptıkları Okulun Sektörü ve Eğitim Durumu" Değişkenlerine Göre Karşılaştırılması*

Değişkenler		N	$\bar{X}$	Ss	t	*p*
Cinsiyet	Kadın	217	3,80	0,55	0,66	.51
	Erkek	129	3,84	0,57		
Görev Yaptıkları Okulun Sektörü	Kamu	252	3,79	0,55	1,53	.13
	Özel	94	3,89	0,59		
Eğitim Durumu	Lisans	250	3,88	0,55	3,53	.001
	Lisansüstü	96	3,65	0,57		

Tablo 4'te görüldüğü üzere öğretmenlerin kurumsal itibara ilişkin algı düzeylerinin "cinsiyet" [$t_{(344)}$ = 0,66, p > .05] ve "görev yaptıkları sektör" [$t_{(344)}$ = 1,53, p > .05] değişkenlerine göre anlamlı bir fark göstermediği saptanmıştır. Kurumsal itibara ilişkin kadın ve erkek öğretmenlerin algılarının benzer düzeyde olduğu söylenebilir. Benzer şekilde, kamu sektöründe ve özel sektörde görev yapan öğretmenlerin de kurumsal itibara ilişkin algılarının benzer düzeyde olduğu görülmüştür. "Eğitim durumu" değişkenine göre ise öğretmenlerin kurumsal itibara ilişkin algı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir [$t_{(344)}$ = 3,53, p < .05]. Lisans düzeyinde eğitime sahip öğretmenlerin kurumsal itibar derecesine ilişkin algı düzeylerinin, lisansüstü düzeyinde eğitime sahip öğretmenlerin algı düzeylerinden anlamlı ölçüde yüksek olduğu söylenebilir.

Kurumsal itibara ilişkin öğretmen algılarının mesleki kıdem ve mevcut okulda çalışma süresine göre karşılaştırılması amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5. *Kurumsal İtibar Düzeyinin "Mesleki Kıdem ve Mevcut Okulda Çalışma Süresi" Değişkenlerine Göre Karşılaştırılması*

Değişken	Gruplar	N	$\bar{X}$	Ss	F	*p*	Anlamlı Fark (Tukey)
Mesleki Kıdem	1-5 yıl	45	3,85	0,59	0,51	.73	-
	6-10 yıl	85	3,80	0,51			
	11-15 yıl	87	3,79	0,59			
	16-20 yıl	42	3,75	0,61			
	21 yıl ve üzeri	87	3,88	0,56			
Okulda Çalışma Süresi	1-3 yıl (A)	160	3,92	0,53	4,60	.01	A-C
	4-7 yıl (B)	100	3,75	0,56			
	8 yıl ve üzeri(C)	86	3,71	0,61			

Tablo 5'te görüldüğü üzere "mesleki kıdem" değişkenine göre eğitim örgütlerinin kurumsal itibar düzeylerine ilişkin öğretmen algıları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir [$F_{(4,341)}$=0,51, p > .05]. Farklı mesleki kıdemi olan öğretmenlerin kurumsal itibara ilişkin benzer algılara sahip olduğu söylenebilir. Öğretmenlerin kurumsal itibara ilişkin algı düzeylerinin "mevcut okulda çalışma süresi" değişkenine göre ise anlamlı bir fark gösterdiği belirlenmiştir [$F_{(2,343)}$=4,60, p < .05]. Tukey testi sonucunda 1-3 yıl arası mevcut okullarında çalışan öğretmenlerin kurumsal itibara ilişkin algılarının (X=3,92), 8 yıl ve üzeri çalışan öğretmenlerin algılarından (X=3,71) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Öğretmen algılarına göre örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar arasındaki ilişkiye dair pearson korelasyon testi bulgularına Tablo 6'da yer verilmiştir.

Tablo 6. *Örgütsel Narsisizm ile Kurumsal İtibar Arasındaki İlişki*

Değişkenler	Kurumsal İtibar
Örgütsel Narsisizm (ÖN)	.61**

** p<.01

Tablo 6'da görüldüğü üzere, öğretmen algılarına göre örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar arasında pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir [r=.61; p < .01]. Korelasyon katsayısı 0.30'dan küçük ise zayıf, 0.70- 0.30 arasında ise orta, 0.70'den büyük ise yüksek düzeyde ilişki kabul edilmektedir (Büyüköztürk vd., 2016).

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Çalışma sonucunda öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinin örgütsel narsisizm düzeyinin "orta" düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Çalışma sonucu, Yurdakul (2015) ve Kahveci vd.nin (2018)

çalışmalarıyla tutarlılık göstermektedir. Benzer şekilde, Salihoğlu ve Camadan (2020) yürüttükleri çalışmada okul psikolojik danışmanlarına göre okulların örgütsel narsisizm düzeyini orta düzeyde tespit etmiştir. Buna göre sosyal kimliklerini korumak için örgütlerin zaman zaman ego savunucu davranışlar sergilediklerini söylemek mümkündür. Örgütler çatışmaları çözmek ve kaygıyla baş etmek için zaman zaman inkâr mekanizması kullanılabilmektedir. Örgütlerin eylemleri için kabul edilebilir gerekçeler oluşturarak mantığa bürüme mekanizmasını kullandıkları söylenebilir. Fakat bu davranışların örgüt için yıkıcı bir düzeyde olmadığını, örgütsel karar alma süreçlerini bütünüyle biçimlendirmediğini ve örgütün çevresiyle iletişimini olumsuz etkileyecek düzeyde olmadığı söylemek mümkündür. Son yıllarda eğitim örgütlerinde öğrencilerin akademik başarıları, sosyal alandaki gelişim düzeyleri okul performansının önemli göstergelerini oluşturmaktadır (James ve Connolly, 2009). Örgütlerin sınav başarıları, projeler gibi göstergeler üzerinden değerlendirilmesi örgütlerde kendini olduğundan üstün görme, dışarıdan onay alma ihtiyacı ve sürekli görünür olma gibi narsistik eğilimlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamış olabilir.

Çalışma bulguları, öğretmen algılarına göre eğitim örgütlerinin kurumsal itibar düzeyinin "katılıyorum" düzeyinde olduğunu göstermiştir. Bu sonuç, Demir (2018), Demirel ve Gümüşeli (2022) tarafından yürütülen çalışma bulgularıyla tutarlılık göstermektedir. Özdoğru (2020) ise yürütmüş olduğu çalışmada kurumsal itibara ilişkin öğretmen algılarını "orta düzeyde katılıyorum" düzeyinde bulmuştur. Kurumsal itibar, örgütün paydaşları ve toplum tarafından örgüte ilişkin sahip olunan olumlu veya olumsuz algıların bütünüdür (Fombrun, 1996). Eğitim örgütlerinde kurumsal itibar temel olarak liderlik, olumlu bir çalışma ortamı ve iletişim, eğitim kalitesi, okul iklimi ve paydaşların okula dair hissettikleri aidiyetten etkilenmektedir (Dülger ve Acar, 2017).Buna göre öğretmenlerin görev yaptıkları eğitim örgütlerinin hem iç hem de dış paydaşlarca beğenildiğine ilişkin düşüncelere sahip oldukları söylenebilir. Öğretmenlerin görev yaptıkları örgütlerdeki eğitim kalitesinden memnun oldukları, örgütlerinin çevredeki fırsatların farkında olduğu ve bunlardan yararlandığına ilişkin bir inanca sahip oldukları söylenebilir. Ayrıca örgütlerinin geleceğe dair açık bir vizyona sahip olduğunu ve çevreleri için fayda sağladığını düşünebilirler.

Çalışmada öğretmen algılara göre eğitim örgütlerinin örgütsel narsisizm düzeylerinin "cinsiyet" değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Çalışma sonuçları Hamedoğlu'nun (2009) çalışma sonucuyla tutarlılık gösterirken, Yurdakul (2015) ve Kahveci vd.nin (2018) çalışma sonuçlarından farklılık göstermektedir. Güneş(2020) ise çalışmasında cinsiyete göre özel okulda çalışan öğretmenlerin örgütsel narsisizm algılarının anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını fakat devlet okulunda görev yapan öğretmenlerin örgütsel narsisizm algılarının anlamlı bir fark gösterdiğini tespit edilmiştir. Çalışma bulgularına göre erkek öğretmenlerin örgütsel narsisizm algısının yüksek olması toplumun erkek egemen kültüre sahip olmasıyla açıklanabilir. Bu kültürde yetişen erkek öğretmenlerin narsistik eğilimleri fazla olabilir ve bu eğilimleri görev yaptıkları örgütlere taşımış olabilirler. Toplumsal cinsiyet rollerinde erkeklik güç ve iktidar ile karakterize edildiğinden (Çengel ve Yurdalan, 2022) erkek öğretmenler, örgütteki güç ve statü ilişkilerine daha duyarlı olup örgütün kendini yüceltici, eleştiriye kapalı tutumlarını daha kolay fark edebilirler. Ayrıca kadın öğretmenlerin erkek öğretmenlere kıyasla daha fazla empatik eğilime sahip olması (Vatansever Bayraktar ve Uygar, 2021), örgütlerdeki örgütsel narsisizm belirtilerini daha az tehdit edici bulmalarına sebep olabilir.

Çalışma bulguları değerlendirildiğinde örgütsel narsisizm düzeyine ilişkin öğretmen algılarının "görev yaptıkları sektör" değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı bulunmuştur. Özel okullarda çalışan öğretmenlerin örgütsel narsisizm algı düzeylerinin kamu okullarında çalışan öğretmenlerin algılarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Çalışma Hamedoğlu (2009) ve Güneş'in (2020) çalışmalarıyla tutarlılık göstermektedir. Buna göre örgütsel narsisizme ilişkin algı düzeylerinin özel okullarda çalışan öğretmenlerde yüksek çıkmasında bu okullarda yerleşmiş olan rekabetçi kültürün etkili olduğu söylenebilir. Özel okullar işletme mantığı ile hareket eden, özünde kar elde etmeyi amaçlayan kurumlar oldukları için, eğitim hizmetlerini pazarlamada kullandıkları unsurlar müşterilerin beklentilerini karşılar nitelikte olmalıdır (Bozyiğit, 2017). Dolayısıyla bu örgütlerde öğrenci ve veli memnuniyetini önceleme ve kurumsal başarılarını dışa dönük bir şekilde sunma eğilimleri görülebilmektedir. Böylece örgütsel narsisizmin temel göstergelerinden biri olan kurumun kendini abartılı biçimde üstün görme eğilimi tetiklenebilir. Bu durum daha fazla öğrenci elde etmek için çabalayan bu örgütlerde (Gürler, 2020) gerçeklik algısının bozulmasını, başarısızlık durumlarının görmezden gelinmesini, inkâr gibi savunma mekanizmalarının kullanılmasını beraberinde getirebilir.

Çalışma sonucuna göre "eğitim durumu" değişkenine göre öğretmenlerin örgütsel narsisizm algılarının anlamlı olarak farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu sonuç eğitim düzeyine bağlı olarak öğretmenlerin örgütsel yapı ve yönetim uygulamalarına ilişkin değerlendirmelerinin farklılaştığını göstermektedir.

Lisansüstü mezunu öğretmenlerin kuramsal bilgiye dayalı rasyonel düşünme becerileri örgütsel süreçleri daha analitik bir gözle değerlendirmelerini sağlamış olabilir. Buna bağlı olarak örgütü daha bilinçli bir şekilde analiz ederek abartılı değerlendirmelerden kaçınıyor olabilirler.

Çalışmada elde edilen bulgular, farklı mesleki kıdeme sahip öğretmenlerin örgütsel narsisizm algılarının benzer düzeyde olduğunu göstermektedir. Çalışma sonucu Kahveci vd.'nin (2018) çalışma sonucuyla tutarlılık gösterirken, Güneş'in (2020) çalışma sonucuyla tutarlılık göstermemektedir. Buna göre örgütte var olan inkâr, mantığa bürüme gibi narsistik davranışlar mesleki kıdemleri fark etmeksizin tüm öğretmenler tarafından aynı şekilde algılanmaktadır. Bu durum okullarda yönetim tarzlarının ve kurumsal uygulamaların, öğretmenlerin çalışma koşullarının büyük ölçüde standartlaşmış olmasıyla açıklanabilir. Bu benzerlikler, öğretmenlerin mesleki kıdemleri fark etmeksizin örgütlerine yönelik benzer algılara sahip olmalarını beraberinde getirebilir.

Çalışma bulguları değerlendirildiğinde öğretmenlerin örgütsel narsisizm algılarının "mevcut okulda çalışma süresi" değişkenine göre anlamlı bir fark gösterdiği saptanmıştır. Mevcut okullarında 1-3 yıl arası çalışan öğretmenlerin örgütlerini daha narsist bulduğu söylenebilir. Bu durum örgüte yeni katılan öğretmenlerin örgütün niteliklerine karşı daha duyarlı olmalarıyla, örgütü daha detaylı gözlemlemeleriyle açıklanabilir. Örgüte yeni katılan öğretmenler örgütün kendisini dışa karşı nasıl sunduğu, kurumsal söylemler ve başarı vurgularını daha belirgin şekilde gözlemleyebilirler. Örgütte daha uzun süre çalışan öğretmenler mekanik yapı içerisinde kaldıkça bu tür durumlara karşı duyarsızlaşmış olabilirler. Uzun süre görev yapan öğretmenler, örgütün iç işleyişine daha fazla hâkim olup örgütsel kültürü içselleştirerek hareket edebilirler. Böylece kurumdaki narsistik eğilimleri olağan bir durum olarak algılıyor olabilirler.

Çalışma bulguları değerlendirildiğinde "cinsiyet" değişkenine göre öğretmenlerin kurumsal itibara ilişkin algılarının anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir. Çalışma bulguları Kurt (2014) ve Demir'in (2018) çalışmalarının bulgularıyla örtüşmektedir. Karakaş (2019) ise çalışmasında hem yönetici hem de öğretmenlerin kurumsal itibar algılarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediğini saptamıştır. Buna karşılık Orçan (2015), öğretmenlerin kurumsal itibar algılarının cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaştığını tespit etmiştir. Çalışma sonucuna göre görev yaptıkları eğitim örgütünün beğenilmesine, bu örgütlerdeki eğitim kalitesine, örgütlerin çevrelerine karşı gösterdikleri duyarlılık ve örgütlerin sahip olduğu vizyona dair kadın ve erkek öğretmenlerin benzer algılara sahip olduğu söylenebilir. Bu durum öğretmenlerin eğitim örgütlerinde karşılaştığı yönetim anlayışının, kurumsal iletişim ve değerlerin büyük ölçüde standart olmasından ötürü benzer kurumsal deneyime sahip olmalarından kaynaklanıyor olabilir.

Çalışma bulguları incelendiğinde "görev yaptıkları sektör" değişkenine göre öğretmenlerin kurumsal itibara ilişkin algılarının anlamlı bir fark göstermediği belirlenmiştir. Kamu ve özel örgütlerde görev yapan öğretmenler kurumsal itibara dair benzer algılara sahip oldukları, hem kamu hem özel sektörde çalışma koşullarına, eğitim kalitesine, örgütlerin sahip oldukları vizyona dair öğretmenlerin benzer algılara sahip oldukları söylenebilir. Bu duruma eğitim örgütlerindeki bürokrasinin etkisi olabilir. Kamu veya özel fark etmeksizin bu örgütler merkezden yönetilen, merkezin aldığı kararlar doğrultusunda hareket eden örgütlerdir. Dolayısıyla, bu örgütlerin vizyonerlik, eğitim kalitesi, çalışma koşulları vb. konularda ortak özelliklere sahip olduğu söylenebilir.

Çalışma sonucunda "eğitim durumu" değişkenine göre öğretmenlerin kurumsal itibar algılarının anlamlı olarak farklılaştığı saptanmıştır. Çalışma bulgusu Demir'in (2018) çalışmasıyla tutarlılık gösterirken Kurt'un (2014) çalışma sonucuyla farklılaşmaktadır. Buna göre lisans mezunu öğretmenler lisansüstü mezunu öğretmenlere kıyasla örgütlerindeki eğitim kalitesinden, çalışma ortamından ve olanaklardan daha memnundurlar. Lisansüstü düzeyde eğitim gören öğretmenlerin örgüte ve başarıya dair beklentilerinin yüksek olması bu durumun sebebini oluşturabilir. Örgütlerindeki mevcut koşullar lisansüstü eğitime sahip öğretmenler tarafından yeterli bulunmayabilir. Bu durum kurumsal itibara ilişkin algılarının daha düşük olmasına sebep olabilir. Ayrıca lisansüstü eğitimin kazandırdığı eleştirel düşünme ve analitik değerlendirme becerileri öğretmenlerin örgüte dair daha sorgulayıcı bir değerlendirme yapmalarını sağlıyor olabilir.

Çalışma sonucunda "mesleki kıdem" değişkenine göre öğretmenlerin kurumsal itibar algılarının anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Çalışma bulgularından farklı olarak Kurt (2014), Orçan (2015) ve Demir (2018) çalışmalarında mesleki kıdeme göre öğretmenlerin kurumsal itibar algıları arasında anlamlı bir fark tespit etmişlerdir. Ayrıca Karakaş (2019), çalışmasında yönetici ve öğretmenlerin kurumsal itibar algısının çalışma yılına göre anlamlı bir fark gösterdiğini saptamıştır. Bu çalışmaya göre öğretmenlerin görev yaptıkları eğitim örgütlerini mesleki kıdem fark etmeksizin benzer şekilde değerlendirdiklerini söylemek mümkündür. Örgütlerinin sahip olduğu sorumluluk bilinci, eğitim kalitesi ve vizyonlarına ilişkin

değerlendirmelerinin benzer olduğu söylenebilir. Bu durum, Türkiye'deki eğitim örgütlerinin kural ve düzenlemeler, hiyerarşik örgütsel yapı ve otorite, sistematik iş süreçleri gibi ortak özelliklere sahip olmalarıyla açıklanabilir (Toprak, Saylık ve Kaya Törün, 2022). Eğitim örgütlerin belli standart, kural ve düzenlemelere dayalı bürokratik yapıları (Hoy, 2003) öğretmenlerin kıdem fark etmeksizin kurumsal itibara ilişkin algılarının benzer olmalarına sebep olabilir.

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde "mevcut okulda çalışma süresi" değişkenine göre öğretmenlerin kurumsal itibar algılarında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Mevcut okullarında 1-3 yıl arası çalışan öğretmenlerin örgütlerinin sahip olduğu vizyona ve eğitim kalitesine ilişkin olumlu algılara sahip oldukları söylenebilir. Örgütte yeni çalışmaya başlamış olmalarından dolayı kendilerini daha motive hissedebilirler. Sahip oldukları bu motivasyon örgüte ilişkin olumlu algılara sahip olmalarını beraberinde getirebilir. Örgütte yeni görev yapmaya başlamış olmalarından dolayı örgüte dair olumsuz yönleri henüz fark etmemiş olabilirler. Bu durum kurumsal itibarı daha olumlu algılamalarına sebep olabilir. Örgütte yaşanan olumsuz deneyimler ve sorunlar, örgütte daha uzun yıllar görev yapan öğretmenlerin kurumsal itibar algısını olumsuz etkiliyor olabilir.

Çalışma bulgularına göre örgütsel narsisizm ve kurumsal itibara ilişkin öğretmen algıları arasında pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Buna göre, öğretmenlerin görev yaptıkları okulların iç ve dış paydaşlarca beğenildiğine dair olumlu algılara sahip olmaları, okullarında verilen eğitimi kaliteli bulmaları, örgütlerinin çevrenin fırsatlarının farkında olup onlardan yararlandığına dair inançları, okullarının açık bir vizyona sahip olduğunu düşünmeleri ve eylemleriyle çevreye fayda sağladıklarını düşünmeleri beraberinde bu kimliği korumak için ego savunucu davranışlar sergilemelerini getirebilmektedir. Örgütlerin sahip oldukları kimlikleri korumak için zaman zaman inkâr mekanizması kullandıkları, eylemlerini mantığa bürüyerek gerçekleştirdikleri eylemler için haklı gerekçeler oluşturmaya çalıştıkları söylenebilir. Örgüte dair olumlu algının değişmesi, bir başka örgütün daha iyi anılması gibi durumlarda çalışanlar kendini tehdit altında hissedebilmekte ve savunma mekanizmaları kullanmayı, sorunları görmezden gelmeyi tercih edebilmektedirler (Hamedoğlu, 2009).

Çalışmada ulaşılan bulgular ve yapılan tartışma sonucunda aşağıdaki öneriler oluşturulmuştur:

- Araştırmada eğitim örgütlerinde örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu iki kavram arasındaki ilişki ilk defa incelenmiştir. Benzer bir çalışma farklı sektörlerde ve farklı illerde gerçekleştirilerek daha genel sonuçlar elde edilebilir.
- Öğretmenlerin örgütsel narsisizme ilişkin algıları cinsiyet, eğitim durumu, mevcut okulda çalışma süresi ve görev yaptığı sektör değişkenlerine göre anlamlı fark göstermektedir. Kurumsal itibara ilişkin algıları ise mevcut okulda çalışma süresi ve eğitim durumu değişkenlerine göre anlamlı fark göstermektedir. Bu durumun sebebini derinlemesine irdeleyen nitel çalışmalar yapılabilir.
- Öğretmenlerin örgütsel narsisizm ile kurumsal itibar algıları arasında ilişki olduğu saptanmıştır. Okulu ilgilendiren bu kavramların önemi çeşitli seminer ve bilimsel çalışmalarla yönetici ve öğretmenlere aktarılabilir.

Etik Beyan

"Eğitim Örgütlerinde Örgütsel Narsisizm ile Kurumsal İtibar Arasındaki İlişki" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli olan etik kurul izinleri Hacettepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Etik Kurulu'nun 26.09.2023 tarih ve E-66777842-300-00003098604 sayılı toplantısında alınmıştır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*The Relationship Between Organizational Narcissism and Corporate Reputation in Educational Organizations*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. In addition, permission was obtained from the Hacettepe University Social and Humanities Sciences Ethics Committee (Date: 26/09/2023 and Decision no: E-66777842-300-00003098604) to conduct the research

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Statement of Contribution Rate of Researchers

The contribution rates of the authors in the study are equal.

Çatışma Beyanı

Araştırma ile ilgili diğer kişi veya kurumlarla yaşanabilecek çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Not

Bu makale birinci yazarın doktora tez çalışması kapsamında üretilmiştir.

Kaynakça

Akyüz, M. ve Cinel, M. O. (2021). Psikolojik sermayenin kurumsal itibar üzerine etkisinin incelenmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 31, 193-214. doi: 10.18092/ulikidince.895345

Ataş, Ö. (2012). *Öğretmen adaylarının okula yabancılaşma düzeyleri ve kurumsal itibar algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi.* (Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.

Bakan, İ., Erşahan, B., Büyükbeşe, T. ve Soğancı, G. (2019). Örgütsel ustalığın (Çift yönlülük) kurumsal imaj ve kurumsal itibar üzerindeki etkisi: Bir alan araştırması. *Journal of Management and Economics Research, 17*(2) , 193-213. doi: 10.11611/yead.506840

Binkhorst, J. ve Kingma, S. F. (2012). Safety vs. reputation: risk controversies in emerging policy networks regarding school safety in the Netherlands. *Journal of Risk Research, 15*(8), 913–935. doi: 10.1080/13669877.2012.686049

Bozyiğit, S. (2017). *Özel okulların eğitim hizmetlerine ilişkin veli beklentisi ve algısı: Nitel bir araştırma.* 2nd International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS). Mersin.

Brown, A. D. (1997). Narcissism, identity and legitimacy. *Academy of Management Review*, *22*(3), 625–646.doi: 10.2307/259409

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, A.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri.* Ankara: Pegem Akademi.

Campbell, W. K., Hoffman, B. J., Campbell, S. M. ve Marchisio, G. (2011). Narcissism in organizational contexts. *Human Resource Management Review*, *21*(4), 268-284. doi: 10.1016/j.hrmr.2010.10.007

Chalmeta, R. (2006). Methodology for customer relationship management. *The Journal of Systems and Software, 9*(2006), 1015–1024. doi: 10.1016/j.jss.2005.10.018

Çantay, N. (2018). *Kurumsal itibar algısında örgüt içi iletişimin rolü: eğitim kurumlarında bir araştırma.* (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çengel, D. ve Yurdalan, F. (2022). Erkeklerin toplumsal cinsiyet rollerinin öz şefkat üzerindeki etkisinin incelenmesi: Flört şiddeti ve bağlanma kaygısının aracılık etkisi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, *5*(9): 1293-1311.

Çekmecelioğlu, H. G. ve Dinçel, G. (2013). Çalışanların iş tutum ve davranışlarının kurumsal itibar üzerindeki etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 12*(47), 125-139.

Demir, C. (2018). *Okul müdürlerinin karizmatik liderlik özelliklerinin okulların kurumsal itibarına etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

Demirel, Y. ve Gümüşeli, A. İ. (2022). İlkokul müdürlerinin öğretim liderliği davranışları ile kurumsal itibar arasındaki ilişki. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 8*(3), 103-114.

Duchon, D. ve Burns, M. (2008). Organizational narcissism. *Organizational Dynamics, 37*(4), 354-364. doi:10.1016/j.orgdyn.2008.07.004.

Duchon, D. ve Drake, B. (2009). Organizational narcissism and virtuous behavior. *Journal of Business Ethics*, *85*(3), 301–308. doi: 10.1007/s10551-008-9771-7.

Dülger, G. (2017). *Özel okullarda kurumsal itibar algısı: Antalya Özel Envar Okulları paydaşları üzerinde bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Dülger, G. ve Acar, O.K. (2017). Özel okullarda kurumsal itibar algısı: Okul paydaşları üzerinde bir araştırma ve model önerisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9*(22), 259-277.

Erçetin, Ş. Ş. (2000). *Lider sarmalında vizyon.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Fombrun, C. J. (1996). *Reputation realizing value from the corporate image*. Harward Boston: Business School.

Fombrun C. J., Gardberg, N. A. ve Sever J. M.(2000). The reputation quotient Sm: A multi stakeholder measure of corporate reputation. *The Journal of Brand Management, 7*(4), 55-247. doi:10.1057/bm.2000.10

Ganesh, S. (2003). Organizational narcissism: Technology, legitimacy, and identity in an Indian NGO. *Management Communication Quarterly*, *16*(4), 558–594. doi: 10.1177/0893318903252539

Gotsi, M. ve Wilson, A. (2001). Corporate reputation: seeking a definition. *Corporate Communications, 6*(1), 24–30. doi:10.1108/13563280110381189

Güneş, M. E. (2020). *Örgütsel narsisizm ve örgütsel güven arasındaki ilişkinin özel okullar ile devlet okulları açısından incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rize.

Gürler, M. (2020). Devlet okuluyla özel okul arasındaki farklar. *Kapadokya Eğitim Dergisi, 1*(1), 1-6.

Hamedoğlu, M. A. (2009). *Örgütsel narsisizm düzeyine ilişkin yönetici ve öğretmen algıları* (Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Hamedoğlu, M. A. ve Potas, N. (2012). Organizational narcissism scale. *Engineering Management Research, 1*(2), 53-65. doi:10.5539/emr.v1n2p53

Harvey, P. ve Martinko, M. J. (2008). An empirical examination of the role of attributions in psychological entitlement and its outcomes. *Journal of Organizational Behaviour, 30*(4), 459–476. doi:10.1002/job.549

Hoy, W. K. (2003). An analysis of enabling and mindful school structures: Some theoretical, research and practical considerations. *Journal of Educational Administration, 41*(1), 87-108.

İlker, İ. (2019). *Okul yöneticilerinin kurumsal itibar algılarıyla örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.

James, C. ve Connolly, M. (2009). An analysis of the relationship between the organizational culture and the performance of staff work groups in schools and the development of an explanatory model. International Journal of Leadership in Education, 12(4), 389-407. doi:10.1080/13603120902980804.

Karakaş, N.N. (2019*). Özel ilkokulların kurumsal itibarı konusunda yönetici, öğretmen ve veli görüşleri: Malatya örneklemi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul

Kahveci, G., Gülay, S. S. ve Avcı, T. (2018). Öğretmenlerin okulların örgütsel narsizm düzeyleri ile okul iklimine yönelik algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yaşadıkça Eğitim Dergisi*, *32*(2), 1-15.

Karaköse, T. (2006). *Eğitim örgütlerindeki iç ve dış paydaşların kurumsal itibara ilişkin algılamaları* (Doktora Tezi). Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elâzığ.

Karasar, N. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemleri.* Ankara: Nobel Yayınları.

Kurt, F. (2014). *Ortaöğretim kurumlarındaki öğretmenlerin kurum içi iletişim algılarının kurumsal itibar algıları üzerindeki etkisi: Bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Nicholson, A. (2016). *What factors influence school choice, with particular reference to school reputation?* (Doktora Tezi). Anglia Ruskin University, Cambridge.

Oara, P., Constantin, T. ve Candel, O. C. (2019). Different perspectives on narcissism in organizational contexts- a review and future research directions. *Annals of A.I.I. Cuza University. Psychology Series, 28*, 93-130.

Orçan, A. (2015). *İzmir ili merkez ilçeleri anadolu liselerindeki öğretmenlerin okullarının kurumsal itibarına ve müdürlerinin liderliğine ilişkin algıları* (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Özdoğru, M. (2020). *Okul yöneticilerinin öğretimsel liderlik davranişlari ile kurumsal itibar algisi arasindaki ilişki* (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Özdoğru, M. ve Güçlü, N. (2021). Okul yöneticilerinin öğretimsel liderlik davranışları ile kurumsal itibar algısı arasındaki ilişki. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 41*(3), 1869-1914.

Pitan, O. S. ve Muller, C. (2019). University reputation and undergraduates' self-perceived employability: mediating influence of experiential learning activities. *Higher Education Research and Development, 38*(6), 1269-1284. doi:10.1080/07294360.2019.1634678

Salihoğlu, E. ve Camadan, F. (2020). Examining the relationship between organizational narcissism tendencies of school psychological counselors and the leadership behavior perceived in school administrators. *Inonu University Journal of the Faculty of Education*, *21*(2), 1035-1050. doi:10.17679/inuefd.734963

Saraç, E. (2019). *Cumhuriyet Üniversitesi'nin kurumsal itibarının eğitim memnuniyet düzeyi bağlamında analizi* (Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.

Sipahioğlu, M. (2018). *Erciyes üniversitesi paydaşlarının kurumsal itibara ilişkin algılarının incelenmesi* (Doktora Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.

Smidts, A., Pruyn, A. T. H., ve van Riel, C. (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification. *Academy of Management Journal*, *44*(5), 1051-1065. doi:10.2307/3069448.

Şen, O. ve Dirgen, N. (2018). Örgütsel narsizm ve nepotizm bağlamında bir araştırma, *International Social Sciences Studies Journal, 4*(23), 4775-4782. doi: 10.26449/sssj.934

Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Boston: Pearson.

Tatlı Kalaycı, F. (2019). *Algılanan kurumsal itibarın, iş tatmini, görev performansı ve örgütsel bağlılığa etkisi: Eğitim sektörü çalışanları üzerine bir araştırma* (Doktora Tezi). Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.

Toprak, M., Saylık, A. ve Kaya Törün, M (2022). Türkiye'deki kamu okullarında bürokrasi: Mevcut ampirik çalışmaların tematik bir analizi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 58, 245-257.

Van Der Jagt, R. (2005). Senior business executives see business communication and reputation as a crucial part of their leadership role. *Corporate Reputation Review*, *8*(3), 179-186. doi:10.1057/palgrave.crr.1540248

Vatansever Bayraktar, H. ve Uygar, M. (2021). Öğretmenlerin empatik eğitimleri ile problem çözme becerilerinin incelenmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, (88), 199-224.

Wirtz, N. ve Rigotti, T. (2020). When grandiose meets vulnerable: narcissism and well-being in the organizational context. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 29*(4), 556–569. doi: 10.1080/1359432X.2020.1731474

Yurdakul, A. (2015). *Örgütsel narsizm ile öğretmenlerin özyeterlilik algıları arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi). Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.

EXTENDED ABSTRACT

Education is an expensive investment for students, parents and all stakeholders. Therefore, when choosing a school, families pay attention to the reputation of educational organizations. Academic success, the quality of the teacher, and a qualified education process create a positive perception in parents (Nicholson, 2016). Also, employees are also affected by corporate reputation, and the reputability of the educational organization they work for can increase the prestige of employees (Karaköse, 2006). Corporate reputation is related to how valuable and reliable an organization is perceived by its internal and external stakeholders (Gotsi and Wilson, 2001: 25). It consists of six dimensions: emotional appeal, product and service, vision and leadership, social responsibility, workplace environment and financial performance (Fombrun, Gardberg and Sever, 2000). *Emotional appeal* refers to the effectiveness of an emotional bond in choosing a situation or recommending people in other situations. Organizations with strong corporate reputation are preferred by quality employees, and long-term commitment emerges (Sipahioğlu, 2018). *Product and service* refers to the fact that the quality of products and services offered by an organization has a significant impact on the reputation of institutions (Çekmecelioğlu and Dinçel, 2013: 127). *Vision and leadership* are important elements for corporate reputation. Vision generally refers to the perspective that political leaders have regarding the future and can be defined as being able to predict the future (Erçetin, 2000). Organizations with a strong corporate reputation have a clear vision for the future. They also have excellent leadership (Fombrun, 1996). *Social responsibility* includes the planning of sports and arts activities, environmental protection initiatives, cultural and educational activities for the benefit of the environment in which organizations operate, and for the improvement of people's living standards (Karaköse, 2006: 110). When evaluated in terms of the *workplace environment*, it can be said that organizations with strong corporate reputation are well managed, are considered suitable for work and have good personnel (Fombrun et al., 2000: 253). When evaluated in terms of *financial performance*, organizations with strong corporate reputation are considered low-risk investments and offer strong growth in the future (Fombrun et al., 2000: 253). Working, studying, and interacting with employees in these organizations create ostentation and arrogance (Hamedoğlu, 2009). Thus, the organizational narcissism may emerge in educational organizations. Narcissistic behaviors exhibited by organizations are evaluated under six headings: "denial, rationalization, self-aggrandizement, attributional egotizm, sense of entitlement, anxiety" (Brown, 1997). *Denial* refers to individuals creating myths while trying to make sense of events to maintain a positive self-perception; *rationalization* refers to presenting unacceptable behavior in an acceptable way; *self- aggrandizement* refers to exaggerating the organizations' sense of self-worth and fantasizing about having unlimited abilities; *attributional egotism* refers to attributing desired outcomes to the organization, while attributing undesirable outcomes to other factors (Brown, 1997). *Sense of entitlement* expresses not empathizing with others and seeing the right to exploit them (Harvey and Martinko, 2008). *Anxiety* stems from their dependence on others to ensure self-esteem. Individuals in the organization attempt to eliminate anxiety, and this causes individuals to stand together (Brown, 1997). In educational organizations, teachers' and administrators' positive perceptions can contribute to increased motivation and job satisfaction when it is at an acceptable level. However, in cases where the positive perception of the organization begins to change or another organization is better remembered, employees of the organization may feel threatened and use defense mechanisms such as denial and ignore the problems. They can shift the attention in a different direction by pushing the basic needs of the organization to the background and organizing magnificent ceremonies (Hamedoğlu, 2009). The main basis of these behaviours is to protect the power and reputation of the organization. Therefore, the phenomenon of corporate reputation in educational organizations is possible to be considered as a concept related to organizational narcissism. Based on this idea, the study aims to examine the correlation between organizational narcissism and corporate reputation in educational organizations. So, the following questions were tried to be answered according to teachers' perceptions: 1.What is the level of organizational narcissism in educational organizations? 2.Does the level of organizational narcissism in educational organizations show a significant difference according to the variables "gender, sector in which they work, professional seniority, working time at the current school, educational level"? 3.What is the level of corporate reputation in educational organizations? 4.Does the level of corporate reputation in educational organizations show a significant difference according to the variables "gender, sector in which they work, professional seniority, working time at the current school, educational level"? 5.Is there a significant relationship between organizational narcissism and corporate reputation level in educational

organizations? Correlational survey model was performed in the study. 3462 teachers working in public and private secondary education organizations in the Pendik district of Istanbul in 2023-2024 constitute the target population of the study. 73% (2512) of the teachers work in public secondary education organizations, and 27% (950) work in private secondary education organizations. In the sample determined using the stratified sampling method, teachers were taken as the sampling unit and the sector in which they worked was taken as the stratum. The number of samples was determined as 346 and data were collected from 346 teachers. Parametric tests were performed to analyze the data. As a result of the study, it was found that organizational narcissism in educational organizations was at the "medium" level; and corporate reputation was at the "I agree" level. According to teachers' perceptions, the level of organizational narcissism in educational organizations showed a significant difference according to the variables of "gender, sector of employment, length of service at current school, educational level", but it did not show a significant difference according to the variable of "professional seniority". The level of corporate reputation in educational organizations differed significantly according to the variables of "length of service at current school, educational level", while it did not show a significant difference according to the variables of "gender, sector of employment, professional seniority". In addition, it was found that there is a moderate and positive significant relationship between organizational narcissism and corporate reputation.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modelleri ile İlgili Bilgi Testinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

Gökhan İRHAN[1]

Öz

Bu çalışmanın amacı Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine ilişkin bilgilerini ölçmede kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir bilgi testi geliştirmektir. Araştırmaya 287 Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adayı gönüllü olarak katılmıştır. Beden eğitimi pedagojisinde kullanılan Öğretim Modellerine yönelik 7 kazanıma ilişkin 9 konu bilgisinin ölçülmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda bir belirtke tablosu hazırlanmış ve bu tabloda kazanım ve konuları ölçmek amacıyla 95 maddeden oluşan denemelik soru havuzu hazırlanmıştır. Yüz yüze üniversitelerin sınıflarında üç oturum şeklinde denemelik maddeler Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarına uygulanmıştır. Ayırt ediciliği düşük olan maddeler çıkarıldıktan sonra yapılan analizler doğrultusunda nihai testte planlanan ve belirtke tablosunda her hedef kazanımı ölçen maddelerin yer aldığı ayırt ediciliği en yüksek orta güçlükte olan 31 madde seçilerek "Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modelleri Bilgi Testi" nihai test oluşturulmuştur. Nihai testin ortalama güçlük katsayısı 0,412 %27'lik alt ve %27'lik üst grubun doğru sayılarının farklarına ait ayırt edicilik katsayılarının ortalaması 0,538 madde toplam korelasyon katsayılarının ortalaması 0,479 ve KR20 iç tutarlılık katsayısı ise 0,890 olarak tespit edilmiştir. Ayırt ediciliği en yüksek olarak seçilen 31 maddenin çok iyi ayırt edici ve orta düzey güçlükte maddeler olduğu saptanmıştır. Geliştirilen bu bilgi testi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine (Temel kavramlar, Doğrudan öğretim modeli, bireyselleştirilmiş öğretim modeli, iş birlikli öğrenme modeli, akran öğretim modeli, spor eğitim modeli, taktiksel oyun modeli, araştırma öğretim modeli ve bireysel ve sosyal sorumluluk modeli) ilişkin bilgi seviyelerini ölçmeye yönelik, orta güçlükte ayırt edicilik indeksinin yüksek olduğu bilen ve bilmeyeni ayırt edebildiği 5 seçenekli geçerli ve güvenilir bir test olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Testi, Geçerlik ve Güvenirlik, Beden Eğitimi Pedagojisi, Öğretim Modelleri, Beden Eğitimi ve Spor

Development of a Knowledge Test on Teaching Models Used in Physical Education Pedagogy: Validity and Reliability Study

Abstract

The aim of this study is to develop a valid and reliable knowledge test that can be used to measure the knowledge of prospective Physical Education and Sports Teachers about the teaching models used in physical education pedagogy. 287 prospective Physical Education and Sports Teachers participated in the study voluntarily. It was aimed to measure 9 subject knowledge related to 7 acquisitions about Instructional Models used in physical education pedagogy. In this context, a specification table was prepared and a trial question pool consisting of 95 items was prepared to measure the gains and topics in this table. The experimental items were applied to the Physical Education and Sports Teacher candidates in three sessions in the classes of face-to-face universities. After the items with low discrimination were removed, 31 items with the highest discrimination and medium difficulty were selected in the final test, which were planned in the final test in line with the analyses made and included the items measuring each target outcome in the specification table, and the final test 'Teaching Models Used in Physical Education Pedagogy Knowledge Test' was created. The average difficulty coefficient of the final test was 0,412, the average of the discrimination coefficients of the differences of the correct numbers of the 27% lower and 27% upper groups was 0,538, the average of the item total correlation coefficients was 0,479 and the KR20 internal consistency coefficient was 0,890. It was found that the 31 items with the highest discrimination were very well discriminative and of medium difficulty. This developed knowledge test was determined to be a valid and reliable test with 5 options to measure the level of knowledge of Physical Education and Sports Teacher candidates about the teaching models used in physical education pedagogy (Basic Concept, Direct teaching model, individualised teaching model, cooperative teaching model, peer teaching model, sports education model, tactical game model, research teaching model and individual and social responsibility model) with a high discrimination index of medium difficulty and high discrimination index.

Keywords: İnformation Test, Validity and Reliability, Physical Education Pedagogy, Teaching Models, Physical Education and Sport

Atıf İçin / Please Cite As:
İrhan, G. (2025). Beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modelleri ile ilgili bilgi testinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 975-993. doi:10.33206/mjss.1630971
Geliş Tarihi / Received Date: 31.01.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 28.05.2025

[1] Doktora - Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Doktora Programı. Türkiye. gokhanirhan.edu@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-7772-1733

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Değişen dünya standartları, teknolojideki gelişmeler ve devletlerin politikaları, 1999 ve sonrası doğan neslin geçmişe kıyasla gerek algı düzeylerinin gerekse dünyaya bakış açılarının bu değişimden etkilendiği söylenebilir (Duman, 2021). Bu değişimlerin döngüsünde öğrencilerin gelişimlerine, dünya standartlarında yön verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Rasyonel ve reel yaşama entegre olmuş, neyi hangi amaçla yaptığını bilen ve sonuçlarını öngörebilen nitelikli Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin yetişmesi, öğrencilerin gelişim ve ihtiyaçları için önemli olduğu düşünülmektedir. Gelişim çağındaki çocukların gelişmiş ülkelerde Beden Eğitimi ve Spor ders saatlerinin fazla olması (Aydın, 2006) öğrencinin temel gereksinimlerini (psikomotor beceri, bilişsel beceri, duyuşsal beceri vb.) karşılayan Beden Eğitimi ve Spor dersinin önemini arttırmıştır. Beden Eğitimi ve Spor derslerinin kişiyi istendik davranışlara doğru yönlendirebilmesi ve öğretim yöntemlerinin de bu yönde şekillenmesi gerektiği düşünülmektedir. Beden Eğitimi ve Spor fiziksel etkinlikler ile bireyin hareket becerilerini davranışsal döngüde geliştiren ve öğrencinin gerçekleştirdiği etkinlikten hoşlanmasını sağlayan sürekliliğe dayalı etkin bir yaşam tarzıdır (Pate vd., 1998). Beden Eğitimi vücudun birliği ilkesine dayalı hareketsel faaliyetler ile eğitimin gerçekleştirilmesidir (Akkoyunlu, 1996). Beden Eğitimi karakter yapısının eğitilmesi olduğu gibi toplum içerisinde dengeli bir birey olarak yaşanmasını sağlayan, bilgi, ustalık ve davranışların geliştirildiği fiziksel hareket yoluyla öğrenmedir (Gökalp vd., 2011). Alan uzmanlarının yapmış olduğu bu tanımlardan yola çıkarak; Beden Eğitimi ve Spor bireyi fiziksel, sosyal, ruhsal ve bilişsel alanda geliştiren bireyin günlük ve akademik hayatını pozitif yönde etkileyen, hareket etmenin doğallığından beslenen, planlı ve sistematik olarak uygulanan faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir. Son zamanlarda eğitimde yenilikçi bir yaklaşım olan beden eğitimi pedagojisinde kullanılan model temelli öğretim ile ilgili yapılan çalışmalar yaygınlaşmış ve model temelli öğretimin öğrencilere öğretimde pozitif etkileri olduğu aşağıda ayrıntıları verilen araştırma örnekleri ile kanıtlanmıştır. Joyce ve Weil'e (1973) göre öğretim modeli: Eğitim-öğretim araçlarının yapılandırılarak değiştirilmesi ve diğer yöntemlerle öğrenciye aktarılması olarak tanımlanmıştır. Bu tanımdan yola çıkarak beden eğitimi pedagojisinde kullanılan model temelli öğretimin, uygulamanın iyileştirilerek bireyin ihtiyacına yönelik öğretime hazır hale getirilmesi olarak tanımlanabilir.

Beden Eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modelleri Mirzeoğlu'nun (2017) "Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi" kitabında; Doğrudan öğretim, bireyselleştirilmiş öğretim, iş birlikli öğrenme, akran öğretim, spor eğitim, taktiksel oyun, araştırma öğretim, bireysel ve sosyal sorumluluk modelleri olarak ele alınmıştır.

Doğrudan Öğretim Modeli

Bir bütünün parçalara ayrılarak planlı ve sistematik bir şekilde öğrenciye etkili bir biçimde verilmesidir (Altay, 2017). DÖM ile ilgili yapılan çalışmaları incelendiğinde ise voleybolda parmak pas ve servis karşılama ile ilgili yapılan ön test ve son test kontrol gruplu bir çalışmada DÖM lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Arun vd., 2010). DÖM ve spor eğitim modelinin kıyaslandığı bir diğer çalışmada ise komut ve gösteri tekniklerinin öğrencileri spor eğitim modeline göre pozitif etkilediği saptanmıştır (Çelen, 2012).

Bireyselleştirilmiş Öğretim Modeli

Her öğrencinin becerileri kendi hızında ilerleyerek bağımsız bir şekilde uyguladığı, Keller (1968) tarafından geliştirilmiş psikomotor öğrenme alanı öncelikli bir modeldir (Metzler, 2005; akt: Güneş, 2017). BÖM ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde: Uzaktan eğitimin akademik öğrenme zamanına etkisi başlıklı bir araştırmada bireyselleştirilmiş öğretim modelinin pozitif etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Akkaya vd., 2022). Sönmez ve Mirzeoğlu (2021) tarafından gerçekleştirilen bir diğer çalışmada ise: Sporcuların bazı yüzme tekniklerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. BÖM'nin psikomotor beceriler de pozitif yönde etki düzeyinin yüksek olduğuna ilişkin bulgular yer almaktadır (Friskawati vd., 2017; Hannon vd., 2008; Prewitt vd., 2015; Prewitt, 2014).

İş Birlikli Öğrenme Modeli

Liderlik sorumluluğunun paylaşıldığı ve öğrencilerin heterojen bir şekilde gruplanarak aynı hedef için birbirleriyle yardımlaşarak grup başarısının ileriye taşınması için geliştirilmiş bir öğretim modelidir (Temel, 2017). Bu model ile ilgili gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde: Jimnastik branşının iş birliği öğrenme modeli ile öğretilmiş ve iş birlikli öğretim modelinin lehine anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır (Güneş ve Çoknaz, 2010). Aydın ve diğerlerinin (2014) yaptığı başka bir çalışmaya göre iş birlikli öğrenme modelinin empatik eğilimlere pozitif katkı yaptığını tespit etmişlerdir. Bu modelin öğretimde pozitif etkisi olduğuna

dair diğer yapılan çalışmaların geneli incelendiğinde: Motor gelişim, iletişim becerileri, bilişsel ve psikomotor alan becerileri, beden eğitimi ve spora karşı tutuma yönelik çalışmalar mevcuttur (Altınkök ve Kasap, 2014; Barrett, 2005; Callado, 2012; Hannon ve Ratliffe, 2004; Karavelioğlu, 2012).

Akran Öğretim Modeli

Öğrencinin öğretmen rehberliğinde eğitim alarak konuyu akranlarına aktarması olarak tanımlanabilir (Mirzeoğlu, 2017). Akran öğretimi ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde ise; akran öğretim modelinin voleybol becerilerine ve akademik öğrenme zamanına etkisinin incelendiği bir çalışmada akran öğretimine ilişkin pozitif yönde anlamlı bulgular elde edilmiştir (Mirzeoğlu vd., 2014). Yapılan diğer çalışmalarda akran öğretiminin psikomotor becerileri geliştirmede pozitif etkiye sahip olduğu (Ayvazo ve Ward, 2009; Depaz ve Moni, 2008; Ernst ve Byra, 1998) öğrencilerin öğretmenlik deneyimlerinde daha dengeli sonuçlara ulaştığı ile ilgili bulgulara rastlanılmıştır (Kavas, 2009; Mirzeoğlu ve Özcan, 2015).

Spor Eğitim Modeli

Öğrencilere malzemeci, hakem, antrenör vb farklı roller verilerek bir sezon boyunca öğretilecek branş ile ilgili bilgi beceri ve istekliliği arttırmaya yönelik gerçekleştirilen aktif bir öğretim biçimidir (Hünük ve Oğuzhan, 2017). Bu model ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; spor eğitim modelinin öğrencilerin eğitiminde faydalı olduğu ve zamanın çok daha etkin ve verimli bir şekilde kullanıldığı kanıtlanmıştır (Alexander ve Luckman, 2001). Ortaokul öğrencilerinin spor eğitim modeli deneyimlerini boylamsal olarak araştıran yüksek lisans tez çalışmasında SEM'nin öğrencilere akademik ve sosyal olarak pozitif etkileri olduğu tespit edilmiştir (Oğuzhan, 2019).

Taktiksel Oyun Modeli

1982 yılında Bunker ve Thorpe tarafından literatüre giren bu model oyun-beceri-oyun şeklinde üç basamakta işlenerek öğrencilere taktiksel farkındalık ve stratejik düşündürmeyi amaçlamıştır (Alagül ve Gürsel, 2017). Taktiksel oyun modelinin incelendiği bir yüksek lisans tez çalışmasında taktiksel oyun modelinin öğrencilerin yaratıcılık düzeylerine pozitif etki sağladığı tespit edilmiştir (Savaş, 2018). Taktiksel oyun yaklaşımının zihinsel süreçlere etkisinin incelendiği ön test – son test kontrol gruplu bir diğer çalışmada taktiksel oyun yaklaşımının pozitif etkiler gösterdiği elde edilmiştir (Tekin ve Gün, 2020).

Araştırmaya Dayalı Öğretim Modeli

Problem çözme ve yönlendirilmiş buluş stratejilerinden (Mosston ve Ashworth, 2008) üretilmiş ve ortak özelliklerden faydalanılmasıyla keşifle öğrenmeyi sağlayan bir modeldir (Bulca, 2017; Metzler, 2011).

Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Modeli

Amerika'daki lise öğrencilerinin saldırgan ve isteksiz durumlarını önlemek amacıyla geliştirilmiş bu model Hellisonun görev seviyeleri ile basamaklandırılarak öğrencilerde bu durumun aşılması hedeflenmiştir (Aksoy ve Gürsel, 2017). BSSM ile ilgili yapılan bir araştırmada ergenlerin suça eğilimi araştırılmış ve BSSM'nin pozitif etkileri olduğu görülmüştür (De-Busk ve Hellison, 1989). Yapılan bir başka çalışmada ise ergenlerin fair-play ve öz kontrol durumlarının BSSM ile iyileştirildiği tespit edilmiştir (Cecchini vd., 2007).

Bir testin kaliteli ve nitelikli olduğunu ispatlayan en iyi yöntem o testin geçerlik ve güvenirlik çalışmasının yapılmasıdır (Walsh ve Betz, 1995). Konuya yönelik geliştirilen ölçme aracının geliştirme basamakları uygulamaya başladıktan sonra her aşamasının hassas ve özenli bir biçimde yapılmasına test geliştirme denir (Kutlu ve Çok, 2002). Bir eğitimci: Öğretim programı kapsamında kazanımlar için hedef belirlemeli ve gerçekleştirdiği öğretim sürecinin sonunda ise öğrencilerini ölçme değerlendirmeye tabi tutarak yeterli bilgi düzeyine ve hedef kazanımlara ulaşılıp ulaşılmadığını denetlemek ve eksikleri tespit etmek ile yükümlüdür (Aslan vd., 2023; Sönmez, 2022). Bu doğrultuda gerçekleştirilebilecek en önemli araç bilgi testleridir (Tekin, 2007; Yıldırım ve Şimşek, 2008). Türkiye Cumhuriyeti Yüksek Öğretim Kurumunun 2018 yılında yayınladığı Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği lisans programında öğretim yöntemleri programı temalı başlıkta geleneksel öğretim yöntemlerinin yanı sıra güncel öğretim yöntemlerinin de işlenmesi yönünde bilgilere yer vermiştir. Diğer taraftan Türkiye Cumhuriyeti Millî Eğitim Bakanlığının 2018 yılında yayımladığı müfredata göre beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerini: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin derslerinde kullanmasının önemli olduğu beyan edildiği gibi önerilmiştir. Beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modelleri ile ilgili yukarıda yapılan çalışma örneklerinde açıklandığı gibi öğretim modellerinin birçok araştırmada pozitif etkisi olduğu kanıtlanmıştır. Ancak yapılan literatür taramasında Beden Eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim

modelleri ile ilgili birçok araştırma olmasına ve resmi olarak ortaokullarda ve liselerde Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenleri tarafından kullanılmasına rağmen henüz Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin ve Öğretmen adaylarının beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine yönelik bilgi düzeylerini ölçen herhangi bir ölçme aracı geliştirilmediği tespit edilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacı: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine ilişkin bilgilerini ölçmede kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir bilgi testi geliştirmektir.

Yöntem

Bu çalışmada beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modelleri ile ilgili bilgi testinin geliştirilmesinde öncelikli olarak testin amacı ve beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerinin içinde yer alan konular ve içerikler tespit edilmiştir. Hedef kazanımlar, belirtke tablosu ve maddelerin düzeylere göre yazımında ise Sönmez (2022) tarafından geliştirilen "Program Geliştirmede Öğretmen El Kitabı" referans alınmıştır. Madde yazımı belirtke tablosunda (Tablo 2) belirtilen her öğretim modeli için Türkiye de beden eğitimi pedagojisinde çalışan alan uzmanlarının (Altay, 2017; Güneş, 2017; Temel, 2017; Mirzeoğlu, 2017; Hünük ve Oğuzhan, 2017; Alagül ve Gürsel, 2017; Bulca, 2017; Aksoy ve Gürsel, 2017) yazdığı "Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi" (Mirzeoğlu, 2017) kitabından yararlanılmıştır.

Tablo 1. *Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modelleri Bilişsel Alan Kazanımları (Bloom ve Diğerleri., 1964)*

GRUP	ALAN	DÜZEYLER	KAZANIMLAR
Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni Adayları	Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modelleri	BİLGİ	Beden Eğitimi Pedagojisinde Öğretim Modellerine Yönelik Temel Kavramları Bilir.
		KAVRAMA	Beden Eğitimi Pedagojisinde kullanılan Öğretim Modellerinin Öğrenme ve Öğretme Yollarını Kavrar.
			Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modellerinin Özelliklerini Açıklar.
		UYGULAMA	Beden Eğitimi Pedagojisinde kullanılan Öğretim Modellerinin Yapısını Kullanır.
		ANALİZ	Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modellerinin Yapısal Sürecini Çözümler.
		SENTEZ	Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modellerinin Yapısına Uygun Plan Hazırlar.
		DEĞERLENDİRME	Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modellerinin Yapısına Uygun Değerlendirme Yöntemlerini Kullanır.

Bu araştırma da Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin Beden Eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine ait bilgi seviyesinin ölçülebilmesi için bilgi testi geliştirilmesi amaçlanmıştır. Aşağıda bilgi testi geliştirebilmek için takip edilen süreç ve basamaklar sunulmuştur. Beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine yönelik bilgi testi geliştirebilmek için izlenen süreç ve basamaklar aşağıda şekil 1' de sunulmuştur.

Şekil 1. *Bilgi Testinin Geliştirilmesinde İzlenen Basamaklar (Atılgan vd., 2018: 282-283; Tekin, 2004: 96-97; Tekindal, 2016).*

Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu 2024 / 2025 eğitim-öğretim yılında 3. ve 4. sınıf da aktif öğrenim gören Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adayları oluşturmuştur. Alınan verilere göre çalışma grubunu toplam 287 katılımcı oluşturmuştur. Bilgi testinin oluşturulabilmesi için deneme testin uygulanmasına ilişkin çalışma grubunun öğretim modelleri hakkında bilgi sahibi olması ve özellikle öğretim modelleri dersini alan bireylere uygulanması hususuna dikkat edilmiştir. Çalışma grubu denemelik test formunda yer alan soru sayısının 3 katı olacak şekilde belirlenmiştir (Atılgan vd., 2018; Baykul, 2015: 282; Bal vd., 2023). Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Rektörlüğü Sağlık Bilimleri etik kurulundan izin alındıktan sonra 287 Öğretmen adayına denemelik test maddeleri uygulanmıştır. Test formatına getirilen maddeler katılımcılara yüz yüze resmi bir test örneği gibi uygulanmıştır. Tüm katılımcılara araştırma ile ilgili bilgilendirilmiş gönüllü onam formu verildiği gibi araştırma tamamen gönüllülük esasına göre yürütülmüştür.

Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Bu çalışmada beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modelleri ile ilgili bilgi testinin geliştirilmesinde ilk olarak testin amacı ve beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerinin içinde yer alan konular ve içerikler tespit edilmiştir. Ölçülmek istenilen konunun hedef kazanımları yeterli bir şekilde kapsayıp kapsamadığı önemlidir (Gültekin ve Arhan, 2015). Bu yüzden kapsam geçerliğini belirlemek için literatürde sıkça kullanılan belirtke tablosu hazırlanmıştır (Baykul, 2000). Hazırlanan belirtke tablosunun kapsam geçerliği için alan uzmanları (Prof. Dr. ve Doç. Dr.) tarafından incelenmiş dönüt ve düzeltmelerden sonra belirtke tablosu tekrar yapılandırılmıştır. Denemelik madde yazımında her konuya yönelik soru yazılmıştır. Hedef kazanımlar oluşturulurken Bloom ve diğerlerinin (1964) geliştirmiş olduğu bilişsel alan düzeylerinden (Bilgi, kavrama, uygulama, analiz, sentez ve değerlendirme) faydalanılmıştır. Ardından Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adayları için uygulamanın yapılacağı okullarda Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının hangi sınıf aralığında özel öğretim yöntemleri dersini aldıkları tespit edilmiş ve bu husus göz önünde bulundurularak bilgi, kavrama, uygulama, analiz, sentez ve değerlendirme (Bloom, 1964) düzeyleri ile ilgili beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modelleri ile ilişkilendirilerek hedef kazanımlar oluşturulmuştur.

Tablo 2. *Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modelleri Belirtke Tablosu*

KAZANIMLAR	BİLGİ	KAVRAMA		UYGULAMA	ANALİZ	SENTEZ	DEĞERLENDİRME	TOPLAM	GENEL TOPLAM
	Öğretim modellerine yönelik temel bilgileri bilir.	Öğretim modellerinin öğrenme ve öğretme yollarını kavrar.	Öğretim modellerinin özelliklerini açıklar.	Öğretim modellerinin yapısını kullanır.	Öğretim modellerinin yapısal sürecini çözümler.	Öğretim modellerinin yapısına uygun plan hazırlar.	Öğretim modellerinin yapısına uygun değerlendirme yöntemlerini kullanır.		
KONULAR	BİLİŞSEL ALAN								
Temel kavramlar	3							3	3
Doğrudan öğretim modeli	1	1		1		1	1	5	5
Bireyselleştirilmiş öğretim modeli			1	1	1			3	3
İş birlikli öğrenim modeli			1	1	2			4	4
Akran öğretim modeli	1		1		1			3	3
Spor eğitim modeli			1		1		1	3	3
Taktiksel oyun modeli	1			1	1		1	4	4
Araştırma öğretim modeli	1		1		1			3	3
Bireysel ve sosyal sorumluluk modeli	1			1			1	3	3
TOPLAM	8	1	5	5	7	1	4	31	31

Belirtke tablosunda (Tablo 2) hedef kazanımlar ve konular arasındaki ilişkinin yanı sıra kazanım ile örtüşen maddelerin yazılması ve nihai testte yer alacak denemelik maddelerin kurulan kazanım ve konu arasındaki ilişkiye göre 3 katı kadar madde bulunması hususuna dikkat edilmiştir (Atılgan vd., 2018; Bal vd., 2023; Baykul, 2015: 282). Madde yazımında belirtke tablosunda (Tablo 2) belirtilen her öğretim modeli için Türkiye de beden eğitimi pedagojisinde çalışan alan uzmanlarının (Altay, 2017; Güneş, 2017; Temel, 2017; Mirzeoğlu, 2017; Hünük ve Oğuzhan, 2017; Alagül ve Gürsel, 2017; Bulca, 2017; Aksoy ve Gürsel, 2017) yazdığı "Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi" (Mirzeoğlu, 2017) kitabından faydalanılmıştır. Kazanım ve konu arasındaki ilişkiye ait beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerini içeren denemelik test formu beş seçenekli toplam 95 maddeden oluşmuştur. Oluşturulan denemelik test maddeleri çalışma grubuna uygulanmadan önce eğitim bilimleri ve beden eğitimi pedagojisi uzmanı olan iki ölçme değerlendirme uzmanı (Prof. Dr. ve Doç. Dr.) iki alan uzmanı (Prof. Dr. ve Doç. Dr.) ve bir Türkçe dil uzmanı (Doç. Dr.) tarafından kontrol edilmiş incelenmiş, dönüt ve düzeltmeler verilmiştir. Genel olarak soruların şıklar ile uyumu, doğru seçeneklerin çeldirici ile ilişkisi, şıkların birbirleriyle ilişkisi, sallama şık olmaması, açık ve anlaşılabilir soru formatının olması, soru kökünün düzeltilmesi ve Türkçe dil imla kurallarının iyileştirilmesi yönünde dönüt ve düzeltmeler gelmiştir. Uzmanlardan gelen görüş, öneri ve düzeltmeler ile denemelik bilgi testi tekrar yapılandırılmış ve uygulama safhasına geçilmiştir. Son kontrollerin ardından hazırlanan sorular ve seçenekler bilgilendirilmiş gönüllü onam formu ile birlikte test formatına dönüştürülmüştür. Hazırlanan test formatını bir uzman (Prof. Dr.) incelemiş ve uygunluğuna karar vermiştir. Aynı kazanımları ölçen soruların arka arkaya gelmemesine dikkat edilmiştir. Test formatında testin amacı ve süresinin kaç dakika olduğu, işaretlemenin nasıl yapılabileceği hakkında yazılı bilgi verilmiştir. Sorular açık ve anlaşılır olabilmesi için satır aralıkları ve paragraf aralıkları ayarlanarak çift sütun halinde yazılmıştır (Ersoy ve Bayraktar, 2018). Testin sonunda test tamamlandığı için teşekkür edilerek diğer sınavlar için başarılar dilenmiştir. Tüm bu kontrollerin ardından uygulama safhasına geçilmiştir. Uygulamaya başlamadan önce sınıfın havası, ısısı kontrol edilmiş ve test yapılmaya elverişli olup olmadığına ilişkin gerekli incelemeler yapıldıktan sonra denemelik maddelerin çözümü başlatılmıştır. Bu çalışmanın amacı bilgi düzeyini ölçmeye yönelik bir bilgi testi geliştirmek olduğu için cevapların güvenirliği açısından uygulama gerçekleştirilirken 95 maddenin tamamının bir oturumda çözülmesine izin verilmemiştir. Her 30 soruda bir on dakika mola verilmiştir. Test esnasında öğrencilerin tüm ihtiyaçları (su, kalem, silgi vb.) araştırmacı tarafından sağlanmıştır. Aşağıda tablo 3'de madde ayırt edicilik indeksleri sunulmuştur. Maddelerin ayırt edicilik indeksleri bulgular bölümünde tablo 3'deki verilere göre işlenmiştir.

Tablo 3. *Madde Ayırt Edicilik Gücü İndeksi (Tekin, 2007)*

Madde Ayırt Edicilik Gücü İndeksi	Maddenin Değerlendirilmesi
0,40 ve üstü	Çok iyi ayırt edici madde olduğu gibi teste alınabilir.
0,30 ve 0,39 arası	Oldukça iyi madde. Düzeltme yapmadan kullanılabilir.
0,20-0,29 arası	Gözden geçirilmesi gereken madde. Geliştirilebilir.
0,19 ve altı	Çok zayıf madde. Testten çıkarılmalıdır.

Verilerin Analizi

Bilgi testinin yapı geçerliği ve güvenirliğini test etmek amacıyla denemelik testten toplam 287 katılımcıdan alınan veriler TAP (Test Analysis Program, Version 19.1.4) programına aktarılmıştır. TAP programı yazılımı 2003 yılında Brooks ve Johanson tarafından geliştirilmiştir. Tap Programı literatürde araştırmacılar tarafından madde analizi gerçekleştirirken kullanılmaktadır (Akapullukçu ve Günay 2013; Şad ve Demir, 2017). Bu doğrultuda elde edilen veriler TAP programı kullanılarak madde güçlük, madde ayırt edicilik ve KR-20 iç tutarlılık analizlerine tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları bulgular bölümünde verilmiştir. Cevap anahtarında doğru cevap olan seçeneklerin dengeli bir şekilde dağıtılmasına dikkat edilmiştir. 17 madde A seçeneği, 16 madde B seçeneği, 24 madde C seçeneği, 21 madde D seçeneği, 17 madde ise E seçeneği olarak denemelik bilgi testinde yer almıştır.

Bulgular

Aşağıdaki tablolar ve açıklamalarda Beden Eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine yönelik hazırlanan maddelerin analizleri yer almaktadır.

Tablo 4. *Denemelik Maddelerin Analizi (95 Madde)*

Maddeler	Maddelere İlişkin Doğru Sayıları	p	r	%27'lik Üst Grup Doğru Sayıları		%27'lik Alt Grup Doğru Sayıları		Madde Korelasyon Katsayıları
1.	149	0,52	-0,46	12	-0,15	52	-0,61	-0,34
2.	196	0,68	0,36	71	-0,88	44	-0,52	0,29
3.	146	0,51	0,69	75	-0,93	20	-0,24	0,52
4.	92	0,32	0,23	35	-0,43	17	-0,2	0,37
5.	180	0,63	0,61	76	-0,94	28	-0,33	0,46
6.	249	0,87	0,35	79	-0,98	53	-0,62	0,32
7.	73	0,25	0,29	35	-0,43	12	-0,14	0,46
8.	78	0,27	0,35	37	-0,46	9	-0,11	0,49
9.	176	0,61	0,56	77	-0,95	33	-0,39	0,41
10.	91	0,32	0,26	39	-0,48	19	-0,22	0,42
11.	93	0,32	0,27	39	-0,48	18	-0,21	0,42
12.	131	0,46	0,67	76	-0,94	23	-0,27	0,5
13.	81	0,28	0,25	38	-0,47	19	-0,22	0,4
14.	148	0,52	0,13	43	-0,53	34	-0,4	0,28
15.	211	0,74	0,48	79	-0,98	42	-0,49	0,4
16.	119	0,41	0,64	71	-0,88	20	-0,24	0,49
17.	166	0,58	0,56	77	-0,95	33	-0,39	0,43
18.	107	0,37	0,69	68	-0,84	13	-0,15	0,55
19.	117	0,41	0,61	70	-0,86	22	-0,26	0,51
20.	128	0,45	0,63	72	-0,89	22	-0,26	0,48
21.	125	0,44	0,59	72	-0,89	25	-0,29	0,46
22.	120	0,42	0,65	72	-0,89	20	-0,24	0,52
23.	120	0,42	0,78	75	-0,93	12	-0,14	0,61
24.	134	0,47	0,68	77	-0,95	23	-0,27	0,53
25.	104	0,36	0,66	69	-0,85	16	-0,19	0,54
26.	110	0,38	0,6	67	-0,83	19	-0,22	0,5
27.	146	0,51	0,68	78	-0,96	24	-0,28	0,5
28.	133	0,46	0,8	78	-0,96	14	-0,16	0,61
29.	166	0,58	0,75	79	-0,98	19	-0,22	0,55
30.	127	0,44	0,77	74	-0,91	12	-0,14	0,59
31.	94	0,33	0,25	42	-0,52	23	-0,27	0,06
32.	138	0,48	0,34	47	-0,58	20	-0,24	0,08
33.	116	0,4	0,8	75	-0,93	11	-0,13	0,59
34.	106	0,37	0,66	71	-0,88	18	-0,21	0,57
35.	96	0,33	0,46	50	-0,62	13	-0,15	0,17
36.	180	0,63	0,19	50	-0,62	36	-0,42	-0,06

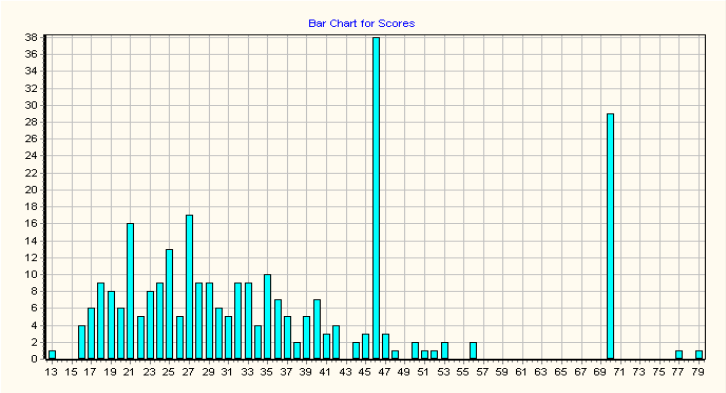
Tablo 4. *Devamı*

Maddeler	Maddelere İlişkin Doğru Sayıları	p	r	%27'lik Üst Grup Doğru Sayıları		%27'lik Alt Grup Doğru Sayıları		Madde Korelasyon Katsayıları
37.	92	0,32	0,31	44	-0,54	20	-0,24	0,09
38.	103	0,36	0,32	44	-0,54	19	-0,22	0,06
39.	149	0,52	0,23	46	-0,57	29	-0,34	-0,02
40.	119	0,41	0,31	45	-0,56	21	-0,25	0,06
41.	147	0,51	0,83	80	-0,99	13	-0,15	0,63
42.	108	0,38	0,38	46	-0,57	16	-0,19	0,11
43.	116	0,4	0,71	71	-0,88	14	-0,16	0,56
44.	126	0,44	0,37	52	-0,64	23	-0,27	0,09
45.	105	0,37	0,42	47	-0,58	14	-0,16	0,15
46.	144	0,5	0,83	78	-0,96	11	-0,13	0,65
47.	85	0,3	0,33	45	-0,56	19	-0,22	0,11
48.	125	0,44	0,41	52	-0,64	20	-0,24	0,14
49.	118	0,41	0,61	71	-0,88	23	-0,27	0,49
50.	120	0,42	0,45	50	-0,62	14	-0,16	0,15
51.	88	0,31	-0,14	8	-0,1	20	-0,24	-0,09
52.	80	0,28	0,41	46	-0,57	13	-0,15	0,13
53.	123	0,43	0,38	43	-0,53	13	-0,15	0,44
54.	55	0,19	-0,13	5	-0,06	16	-0,19	-0,08
55.	77	0,27	0,29	37	-0,46	14	-0,16	0,44
56.	117	0,41	0,34	43	-0,53	16	-0,19	0,45
57.	120	0,42	0,1	35	-0,43	28	-0,33	0,26
58.	80	0,28	0,28	35	-0,43	13	-0,15	0,41
59.	83	0,29	0,3	37	-0,46	13	-0,15	0,46
60.	123	0,43	0,36	45	-0,56	17	-0,2	0,46
61.	119	0,41	0,4	41	-0,51	9	-0,11	0,42
62.	102	0,36	0,28	38	-0,47	16	-0,19	0,37
63.	117	0,41	0,24	40	-0,49	22	-0,26	0,37
64.	79	0,28	0,21	31	-0,38	15	-0,18	0,35
65.	94	0,33	0,23	32	-0,4	14	-0,16	0,37
66.	79	0,28	0,34	36	-0,44	9	-0,11	0,46
67.	107	0,37	0,25	38	-0,47	19	-0,22	0,39
68.	133	0,46	0,72	73	-0,9	15	-0,18	0,56
69.	102	0,36	0,31	39	-0,48	15	-0,18	0,42
70.	119	0,41	0,37	42	-0,52	13	-0,15	0,45
71.	123	0,43	0,34	41	-0,51	14	-0,16	0,4
72.	77	0,27	0,2	34	-0,42	19	-0,22	0,36
73.	61	0,21	0,3	35	-0,43	11	-0,13	0,47
74.	82	0,29	0,11	34	-0,42	26	-0,31	0,31
75.	126	0,44	0,75	72	-0,89	12	-0,14	0,54
76.	81	0,28	0,22	32	-0,4	15	-0,18	0,34
77.	101	0,35	0,39	40	-0,49	9	-0,11	0,49
78.	64	0,22	0,31	35	-0,43	10	-0,12	0,5
79.	86	0,3	0,29	40	-0,49	17	-0,2	0,39
80.	55	0,19	0,28	32	-0,4	10	-0,12	0,47
81.	80	0,28	-0,1	14	-0,17	23	-0,27	-0,07
82.	56	0,2	-0,1	8	-0,1	17	-0,2	-0,11
83.	101	0,35	0,72	72	-0,89	14	-0,16	0,6
84.	53	0,18	-0,01	10	-0,12	11	-0,13	-0,02
85.	47	0,16	-0,07	6	-0,07	12	-0,14	-0,1
86.	46	0,16	-0,1	7	-0,09	16	-0,19	-0,09
87.	65	0,23	-0,07	9	-0,11	15	-0,18	-0,04
88.	59	0,21	0	7	-0,09	7	-0,08	0
89.	71	0,25	0,26	37	-0,46	17	-0,2	0,45
90.	76	0,26	0,27	36	-0,44	15	-0,18	0,43
91.	94	0,33	0,34	42	-0,52	15	-0,18	0,46
92.	93	0,32	0,28	38	-0,47	16	-0,19	0,43
93.	78	0,27	0,18	33	-0,41	19	-0,22	0,36
94.	76	0,26	0,21	36	-0,44	20	-0,24	0,4
95.	87	0,3	0,18	34	-0,42	20	-0,24	0,36

Tablo 4 incelendiğinde: Test puanları en fazla olan %27'lik üst grup ile en düşük olan %27'lik alt grup alınarak, ortada kalan %46'lık grup ise analiz dışında tutulur (Baykul, 2015: 319-320; Turgut ve Baykul, 2010: 229-230). Arada kalan %46'lık grup araştırma analizlerinden çıkartılmıştır. Yapılan ilk denemelik

testin analizinde 95 madde için %27'lik üst grupta yer alan toplam (n) 81 kişinin 95 soruda en düşük 46 doğru yaptığı %27'lik alt grupta bulunan toplam (n) 85 kişinin ise 95 soruda en yüksek 25 doğru yaptığı tespit edilmiştir. Maddelerin ortanca puanı %33,7 olarak bulunurken ortalama standart sapma ise 15,361 olarak tespit edilmiştir. Denemelik testin ortalama güçlük katsayısı 0,379 %27'lik alt ve %27'lik üst grubun doğru sayılarının farklarına ait ayırt edicilik katsayılarının ortalaması 0,370 madde toplam korelasyon katsayılarının ortalaması 0,340 (Düzeltilmiş 0,315) ve KR20 iç tutarlılık katsayısı ise 0,921 olarak tespit edilmiştir. Tablo 4'de madde ayırt edicilik katsayıları düşük bulunan M1= -0,46; M14=0,13; M26=0,06; M28=0,08; M33=0,08; M36= 0,19; M39= 0.18; M51= -0,14; M54= -0,13; M57=0,01; M59= 0,3; M61= 0,04; M72=0,2; M73=0,03 M74=0,11; M81= -0,01; M82=-0.09; M84= -0,01; M85= -0,07; M86= -0,01; M87= -0,07; M88= 0,00; M93= 0,18; M95= 0,18 olmak üzere 24 madde testten çıkarılmış ve analizler 71 madde üzerinden tekrar yapılmıştır. Denemelik testin madde istatistikleri incelendiğinde maddelerin ayırt edicilik indeksinin -0,46 ile 0,78 arasında; madde güçlük katsayısının ise 0,2 ve 0,87 arasında değiştiği görülmektedir (Tablo 3).

Grafik 1. *Denemelik Testin %27'lik Alt ve %27'lik Üst Gruba İlişkin Maximum ve Minimum Doğru Sayıları*



Grafik 1 incelendiğinde araştırmaya katılan 287 Öğretmen adayının denemelik bilgi testinde 95 soruda en yüksek 79 doğru yaptığı en düşük ise 13 doğru yaptığı gözlenmektedir.

Denemelik testtin ardından 71 madde üzerinden tekrar yapılan analizler ile birlikte nihai testte seçilecek olan maddeler için her bir hedef kazanımı ölçen en yüksek madde ayırt edicilik indeksine sahip olan orta güçlükte ve çeldiricileri iyi düzeyde olan maddeler seçilerek nihai test oluşturulmuştur. Bir kazanım için yeterli ayırt edici indeksine sahip maddeler belirlenmiş ve yeterli ayırt edici gücüne sahip maddeler belirlendikten sonra madde güçlük katsayısı incelenerek 0,40-0,60 arasında olan maddeler nihai test maddelerini oluşturmuştur (Ünlü vd., 2022). Denemelik testte madde ayırt ediciliği düşük olan maddeler çıkarıldıktan sonra tekrar analiz yapılmıştır. Yapılan analizlere göre ayırt ediciliği düşük 24 madde çıkarıldıktan sonra kalan 71 maddenin ortalama madde güçlük katsayısı **0,397**; ortalama ayırt edicilik indeksi **0,462**; ortalama korelasyon katsayısı **0,405**; KR-20 güvenirlik katsayısı ise **0,928** olarak tespit edilmiştir. Ayırt ediciliği düşük olan maddeler çıkarıldıktan sonra yapılan analizler doğrultusunda nihai testte planlanan ve belirtke tablosunda her hedef kazanımı ölçen maddelerin yer aldığı her maddenin, 5 seçenekten oluştuğu 71 çoktan seçmeli sorunun arasından belirtke tablosunda belirtilen her hedef kazanımı ölçen ayırt ediciliği en yüksek orta güçlükte olan 31 madde seçilerek "Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modelleri Bilgi Testi" (Nihai test: Tablo 6) oluşturulmuştur. Ayırt ediciliği düşük maddeler çıkarıldıktan sonraki analiz aşağıda tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5. *Ayırt Ediciliği Düşük 24 Madde Çıkarıldıktan Sonra*

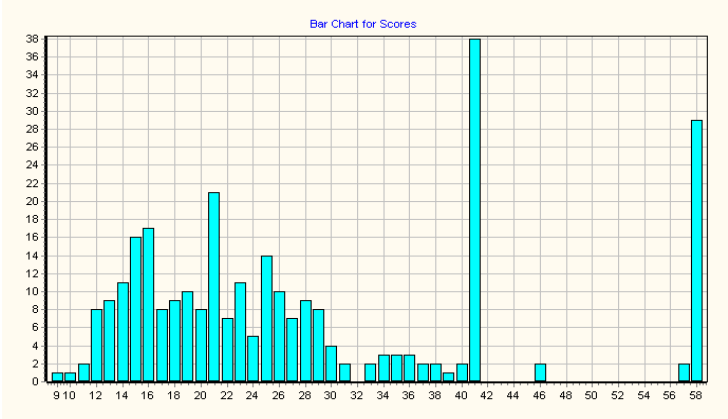
Maddeler	Maddelere İlişkin Doğru Sayıları	**p**	**r**	%27'lik Üst Grup Doğru Sayıları	%27'lik Alt Grup Doğru Sayıları	Madde Korelasyon Katsayıları
2	196	0,68	0,44	72 (0,92)	40 (0,48)	0,33
3	146	0,51	0,74	72 (0,92)	15 (0,18)	0,54
4	92	0,32	0,27	36 (0,46)	16 (0,19)	0,36
5	180	0,63	0,65	75 (0,96)	26 (0,31)	0,49
6	249	0,87	0,35	76 (0,97)	52 (0,63)	0,31
7	73	0,25	0,33	35 (0,45)	10 (0,12)	0,43
8	78	0,27	0,35	37 (0,47)	10 (0,12)	0,45
9	176	0,61	0,55	74 (0,95)	33 (0,40)	0,43
10	91	0,32	0,26	37 (0,47)	18 (0,22)	0,38

Tablo 5. *Devamı*

Maddeler	Maddelere İlişkin Doğru Sayıları	p	r	%27'lik Üst Grup Doğru Sayıları	%27'lik Alt Grup Doğru Sayıları	Madde Korelasyon Katsayıları
11	93	0,32	0,29	36 (0,46)	14 (0,17)	0,38
12	131	0,46	0,65	75 (0,96)	26 (0,31)	0,52
13	81	0,28	0,28	39 (0,50)	18 (0,22)	0,37
15	211	0,74	0,48	75 (0,96)	40 (0,48)	0,4
16	119	0,41	0,67	71 (0,91)	20 (0,24)	0,52
17	166	0,58	0,6	74 (0,95)	29 (0,35)	0,47
18	107	0,37	0,71	67 (0,86)	12 (0,14)	0,61
19	117	0,41	0,68	70 (0,90)	18 (0,22)	0,55
20	128	0,45	0,65	72 (0,92)	23 (0,28)	0,53
21	125	0,44	0,62	71 (0,91)	24 (0,29)	0,5
22	120	0,42	0,73	72 (0,92)	16 (0,19)	0,56
23	120	0,42	0,8	72 (0,92)	10 (0,12)	0,65
24	134	0,47	0,78	78 (1,00)	18 (0,22)	0,57
25	104	0,36	0,67	67 (0,86)	16 (0,19)	0,57
27	146	0,51	0,67	75 (0,96)	24 (0,29)	0,54
29	166	0,58	0,76	76 (0,97)	18 (0,22)	0,56
30	127	0,44	0,77	73 (0,94)	14 (0,17)	0,63
31	94	0,33	0,32	42 (0,54)	18 (0,22)	0,09
32	138	0,48	0,32	45 (0,58)	21 (0,25)	0,09
34	106	0,37	0,73	71 (0,91)	15 (0,18)	0,6
35	96	0,33	0,47	48 (0,62)	12 (0,14)	0,22
37	92	0,32	0,38	42 (0,54)	13 (0,16)	0,14
38	103	0,36	0,35	43 (0,55)	17 (0,20)	0,13
40	119	0,41	0,32	45 (0,58)	21 (0,25)	0,09
41	147	0,51	0,81	77 (0,99)	15 (0,18)	0,63
42	108	0,38	0,38	44 (0,56)	15 (0,18)	0,16
43	116	0,4	0,75	72 (0,92)	14 (0,17)	0,59
44	126	0,44	0,35	49 (0,63)	23 (0,28)	0,13
45	105	0,37	0,4	44 (0,56)	14 (0,17)	0,19
46	144	0,5	0,84	76 (0,97)	11 (0,13)	0,67
47	85	0,3	0,35	43 (0,55)	17 (0,20)	0,17
48	125	0,44	0,4	49 (0,63)	19 (0,23)	0,18
49	118	0,41	0,66	72 (0,92)	22 (0,27)	0,55
50	120	0,42	0,4	47 (0,60)	17 (0,20)	0,18
52	80	0,28	0,38	44 (0,56)	15 (0,18)	0,19
53	123	0,43	0,36	40 (0,51)	13 (0,16)	0,39
55	77	0,27	0,34	37 (0,47)	11 (0,13)	0,42
56	117	0,41	0,32	40 (0,51)	16 (0,19)	0,41
58	80	0,28	0,27	33 (0,42)	13 (0,16)	0,37
60	123	0,43	0,32	42 (0,54)	18 (0,22)	0,4
62	102	0,36	0,23	37 (0,47)	20 (0,24)	0,32
63	117	0,41	0,33	39 (0,50)	14 (0,17)	0,34
64	79	0,28	0,2	29 (0,37)	14 (0,17)	0,34
65	94	0,33	0,23	32 (0,41)	15 (0,18)	0,33
66	79	0,28	0,33	35 (0,45)	10 (0,12)	0,43
67	107	0,37	0,28	37 (0,47)	16 (0,19)	0,35
68	133	0,46	0,74	70 (0,90)	13 (0,16)	0,58
69	102	0,36	0,24	36 (0,46)	18 (0,22)	0,36
70	119	0,41	0,33	40 (0,51)	15 (0,18)	0,4
71	123	0,43	0,31	39 (0,50)	16 (0,19)	0,35
75	126	0,44	0,73	69 (0,88)	13 (0,16)	0,58
76	81	0,28	0,24	32 (0,41)	14 (0,17)	0,32
77	101	0,35	0,37	38 (0,49)	10 (0,12)	0,45
78	64	0,22	0,34	35 (0,45)	9 (0,11)	0,48
79	86	0,3	0,32	39 (0,50)	15 (0,18)	0,38
80	55	0,19	0,28	31 (0,40)	10 (0,12)	0,46
83	101	0,35	0,72	72 (-0,89)	14 (-0,16)	0,6
89	71	0,25	0,28	36 (0,46)	15 (0,18)	0,42
90	76	0,26	0,27	35 (0,45)	15 (0,18)	0,39
91	94	0,33	0,31	39 (0,50)	16 (0,19)	0,43
92	93	0,32	0,35	38 (0,49)	11 (0,13)	0,42
94	76	0,26	0,28	36 (0,46)	15 (0,18)	0,39

Tablo 5'de nihai test için her maddeye ilişkin madde güçlük katsayısı, madde ayırt edicilik indeksi, madde korelasyon katsayıları verildiği gibi %27'lik üst ve %27'lik alt gruba ilişkin her maddenin doğru sayıları ve yüzdeleri verilmiştir. Nihai test için denemelik testten alınan maddeler, konulara ve kolaylık seviyesine göre dizilmiştir. Aynı konuyu içeren maddelerin arka arkaya gelmemesine dikkat edilmiştir (Baykul, 2015; 331). Tablo 5'e göre 71 maddelik "Beden Eğitimi Pedagojisi Öğretim Modelleri Bilgi Testini" (BEPÖM) içeren maddelerin madde güçlük indekslerinin 0,19 ve 0,87 arasında değiştiği, ayırt edicilik gücü indekslerinin 0,23 ile 0,84 arasında değiştiği görülmektedir. %27'lik üst grubun her maddeye ilişkin doğru sayılarının 0,41 ile 1.00 aralığında olduğu %27'lik alt grubun ise 0,11 ile 0,63 arasında değiştiği gözlenmektedir. Maddeler arası korelasyon katsayılarının ise 0,09 ile 0,65 arasında değiştiği görülmektedir. Korelasyon katsayılarına ilişkin sonuca istinaden maddelerin arasındaki ilişkinin ve maddelerin iyi olduğu sonucu çıkarılmıştır.

Grafik 2. *Ayırt Ediciliği Düşük 24 Madde Çıkarıldıktan sonra %27'lik alt ve %27'lik üst gruba ilişkin Maximum ve Minimum Doğru Sayıları*



Grafik 2 incelendiğinde araştırmaya katılan 287 Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adayının %27'lik alt ve %27'lik üst gruba ilişkin nihai test sonuçlarında 71 maddede en yüksek 58 doğru yapıldığı en düşük ise 9 doğru yapıldığı gözlenmektedir.

Tablo 6. *Nihai Test Maddelerinin Analizi (31 madde)*

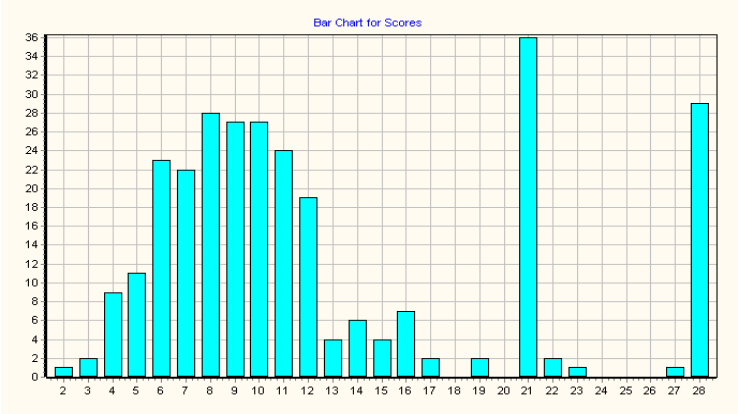
Maddeler	Maddelere İlişkin Doğru Sayıları	**p**	**r**	%27'lik Üst Grup Doğru Sayıları	%27'lik Alt Grup Doğru Sayıları	Madde Korelasyon Katsayıları
2	196	0,68	0,44	75 (0,94)	48 (0,50)	0,37
3	146	0,51	0,73	77 (0,96)	22 (0,23)	0,57
5	180	0,63	0,6	77 (0,96)	35 (0,36)	0,48
9	176	0,61	0,53	76 (0,95)	40 (0,42)	0,45
12	131	0,46	0,64	77 (0,96)	31 (0,32)	0,57
17	166	0,58	0,56	76 (0,95)	37 (0,39)	0,5
19	117	0,41	0,69	72 (0,90)	20 (0,21)	0,6
21	125	0,44	0,59	72 (0,90)	30 (0,31)	0,56
25	104	0,36	0,68	69 (0,86)	18 (0,19)	0,63
29	166	0,58	0,68	78 (0,98)	28 (0,29)	0,55
30	127	0,44	0,8	76 (0,95)	14 (0,15)	0,66
31	94	0,33	0,33	42 (0,53)	19 (0,20)	0,19
34	106	0,37	0,74	71 (0,89)	14 (0,15)	0,66
35	96	0,33	0,45	48 (0,60)	14 (0,15)	0,25
41	147	0,51	0,84	78 (0,98)	13 (0,14)	0,64
43	116	0,4	0,76	73 (0,91)	15 (0,16)	0,64
46	144	0,5	0,86	77 (0,96)	10 (0,10)	0,64
49	118	0,41	0,68	72 (0,90)	21 (0,22)	0,6
52	80	0,28	0,4	45 (0,56)	16 (0,17)	0,25
55	77	0,27	0,33	38 (0,48)	14 (0,15)	0,4
58	80	0,28	0,28	33 (0,41)	13 (0,14)	0,36
63	117	0,41	0,32	38 (0,48)	15 (0,16)	0,31
66	79	0,28	0,3	34 (0,43)	12 (0,13)	0,4
70	119	0,41	0,3	41 (0,51)	20 (0,21)	0,33
71	123	0,43	0,29	40 (0,50)	20 (0,21)	0,29
75	126	0,44	0,78	73 (0,91)	13 (0,14)	0,61

Tablo 6. *Devamı*

Maddeler	Maddelere İlişkin Doğru Sayıları	**p**	**r**	%27'lik Üst Grup Doğru Sayıları	%27'lik Alt Grup Doğru Sayıları	Madde Korelasyon Katsayıları
78	64	0,22	0,36	36 (0,45)	9 (0,09)	0,46
83	101	0,35	0,78	72 (0,90)	12 (0,13)	0,7
89	71	0,25	0,32	37 (0,46)	14 (0,15)	0,44
91	94	0,33	0,36	40 (0,50)	13 (0,14)	0,4
94	76	0,26	0,26	33 (0,41)	15 (0,16)	0,37

Tablo 6'da nihai test için her maddeye ilişkin madde güçlük katsayısı, madde ayırt edicilik indeksi, madde korelasyon katsayıları verildiği gibi %27'lik üst ve %27'lik alt gruba ilişkin her maddenin doğru sayıları ve yüzdeleri verilmiştir. Tablo 6'a göre 31 maddelik "Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modelleri Bilgi Testini" (BEPÖM) içeren maddelerin madde güçlük indekslerinin 0,25 ve 0,68 arasında değiştiği, madde ayırt edicilik gücü indekslerinin 0,28 ile 0,86 arasında değiştiği görülmektedir. %27'lik üst grubun her maddeye ilişkin doğru sayılarının 0,41 ile 0,98 aralığında olduğu %27'lik alt grubun ise 0,09 ile 0,50 arasında değiştiği gözlenmektedir.

Grafik 3. *Nihai Test Maddelerinin (31 Madde) %27'lik Alt ve %27'lik Üst Gruba İlişkin Minimum ve Maximum Doğru Sayıları*



Grafik 3 incelendiğinde araştırmaya katılan 287 Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adayının %27'lik alt ve %27'lik üst gruba ilişkin nihai test sonuçları 31 maddede en yüksek 28 doğru yapıldığı en düşük ise 2 doğru yapıldığı gözlenmektedir.

Tablo 7. *Nihai Test Belirtke Tablosu*

KAZANIMLAR	**BİLGİ**	**KAVRAMA**		**UYGULAMA**	**ANALİZ**	**SENTEZ**	**DEĞERLENDİRME**	**TOPLAM**	**GENEL TOPLAM**
	Öğretim modellerine yönelik temel bilgileri bilir.	Öğretim modellerinin öğrenme ve öğretme yollarını kavrar.	Öğretim modellerinin özelliklerini açıklar.	Öğretim modellerinin yapısını kullanır.	Öğretim modellerinin yapısal sürecini çözümler.	Öğretim modellerinin yapısına uygun plan hazırlar.	Öğretim modellerinin yapısına uygun değerlendirme yöntemlerini kullanır.		
KONULAR	**BİLİŞSEL ALAN**								
Temel kavramlar	**3**							**3**	**3**
Doğrudan öğretim modeli	**1**	**1**		**1**		**1**	**1**	**5**	**5**
Bireyselleştirilmiş öğretim modeli			**1**	**1**	**1**			**3**	**3**
İş birlikli öğretim modeli			**1**	**1**	**2**			**4**	**4**
Akran öğretim modeli	**1**		**1**		**1**			**3**	**3**
Spor eğitim modeli			**1**		**1**		**1**	**3**	**3**
Taktiksel oyun modeli	**1**			**1**	**1**		**1**	**4**	**4**

Tablo 7. *Devamı*

KAZANIMLAR	BİLGİ	KAVRAMA		UYGULAMA	ANALİZ	SENTEZ	DEĞERLENDİRME	TOPLAM	GENEL TOPLAM
	Öğretim modellerine yönelik temel bilgileri bilir.	Öğretim modellerinin öğrenme ve öğretme yollarını kavrar.	Öğretim modellerinin özelliklerini açıklar.	Öğretim modellerinin yapısını kullanır.	Öğretim modellerinin yapısal sürecini çözümler.	Öğretim modellerinin yapısına uygun plan hazırlar.	Öğretim modellerinin yapısına uygun değerlendirme yöntemlerini kullanır.		
KONULAR	**BİLİŞSEL ALAN**								
Araştırma öğretim modeli	**1**		**1**		**1**			**3**	**3**
Bireysel ve sosyal sorumluluk	**1**			**1**			**1**	**3**	**3**
TOPLAM	**8**	**1**	**5**	**5**	**7**	**1**	**4**	**3**	**31**

Tablo 7 nihai test belirtke tablosu incelendiğinde yapılan analizler sonucunda beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modelleri ile ilgili bilgi testine ilişkin hazırlanan bilgi testi için geçerli ve güvenilir toplam 31 madde tespit edilmiştir. Bloom taksonomisine göre dağılımı ise: Bilgi düzeyinde 8 madde, kavrama düzeyinde 6 madde, uygulama düzeyinde 5 madde, analiz düzeyinde 7 madde, sentez düzeyinde 1 madde ve değerlendirme düzeyinde ise toplam 4 madde yer almaktadır.

Tablo 8. *Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modellerine İlişkin Bilgi Testi Özet Bulgular*

	Denemelik Test (95 Madde)	Ayırt Ediciliği düşük olan maddeler çıkartıldıktan sonra (71 madde)	Nihai Test Maddeleri (31 madde)
Ortalama Madde Güçlük Katsayısı	0,379	0,397	**0,412**
Ortalama Madde Ayırt Edicilik Katsayısı	0,370	0,462	**0,538**
Ortalama Korelasyon Katsayısı	0,340	0,405	**0,479**
KR-20	0,921	0,928	**0,890**

Tablo 8 incelendiğinde denemelik testte incelenen 95 maddenin ayırt edicilik gücü 0,370 olarak saptanmıştır. Denemelik testte ortalama güçlük katsayısı 0,379 olarak tespit edilen maddeler ayırt ediciliği düşük 24 madde çıkarıldıktan sonra 0,397 olarak tespit edilmiştir. Ayırt ediciliği en yüksek olarak seçilen 31 maddenin çok iyi ayırt edici ve orta düzey güçlükte maddeler olduğu saptanmıştır (r= 0,538; p= 0,412). Nihai test maddelerine ilişkin KR-20 güvenirlik katsayısının ise en yüksek düzeyde olduğu bulunmuştur (KR-20=0,89> 0,70).

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmanın amacı; Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine ilişkin bilgilerini ölçmede kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir bilgi testi geliştirmektir. Bir Öğretmeninin başarısı bir konuyu öğrenciye hangi seviyede ne kadar öğretebildiği ile ilişkilidir (Sönmez, 2022). Bir konunun hangi seviyede öğretildiğine ilişkin en iyi ölçüm araçları ise bilgi ve başarı testleridir (Tekin, 2007; Yıldırım ve Şimşek, 2008). Çalışmanın amacı: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine ilişkin bilgilerini ölçmede kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir bilgi testi geliştirmektir.

Araştırma bulguları için TAP (Test Analysis Program) programında yapılan analizler sonucu beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modelleri ile ilgili nihai bilgi testi toplam 31 maddeden oluşmaktadır. Başarı ve bilgi testlerinin hedefi bilen ve bilmeyeni ayırt etmeyi amaçlamak ve ayırt etmeyi sağlamak için madde ayırt edicilik indeksinden yararlanmaktır (Baykul, 2015: 240-245; Turgut ve Baykul, 2010: 230-234). "0,40 ve üstü çok iyi ayırt edici madde olduğu gibi teste alınabilir, 0,30 ve 0,39 arası oldukça iyi madde düzeltme yapmadan kullanılabilir, 0,20-0,29 arası gözden geçirilmesi gereken madde, geliştirilebilir" (Tekin, 2007). Nihai test maddeleri için her maddeye ilişkin madde güçlük katsayısı, madde ayırt edicilik indeksi, madde korelasyon katsayıları Tablo 6'de verildiği gibi %27'lik üst ve %27'lik alt gruba ilişkin her maddenin doğru sayıları ve yüzdeleri verilmiştir. Tablo 6'a göre 31 maddelik "Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modelleri Bilgi Testini" (BEPÖM) içeren maddelerin madde güçlük indekslerinin 0,25 ve 0,68 arasında değiştiği, madde ayırt edicilik gücü indekslerinin 0,28 ile 0,86 arasında değiştiği görülmektedir. %27'lik üst grubun her maddeye ilişkin doğru sayılarının 0,41 ile 0,98 aralığında

olduğu %27'lik alt grubun ise 0,09 ile 0,50 arasında değiştiği gözlenmektedir. Nihai testte (Tablo 6) oluşturulan maddelerin bilen ve bilmeyeni ayırt ettiği ve yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmada her bir madde için güçlük indeksleri de analiz edilmiştir. Elde edilen ortalama madde güçlük katsayısı 0,412 olarak tespit edilmiştir. Bilgi testlerinde testin ortalama madde güçlük katsayısının 0,40-0,60 arasında olması beklenmektedir (Atılgan vd., 2018: 263-264; Baykul, 2015: 240-245). Orta güçlüğe sahip bir bilgi testi, testin güvenirliğini arttırıcı bir etken olduğu söylenebilir (Atılgan vd., 2018: 263-264; Kasap ve diğerleri., 2018: 226-228). Geliştirilen bilgi testlerinin kolay, orta ve zor maddelerden şekillenmesi ve testin ortalama güçlük katsayısının ise orta düzeyde olması çözülebilir bir bilgi testini yansıtması bakımından önemlidir (Hasançebi vd., 2020). Nihai teste alınan 31 madde incelendiğinde ortalama güçlük katsayısı kolay, orta ve zor maddelerden oluştuğu görülmektedir (Tablo 6). Bu sonuca göre BEPÖM orta düzey güçlükte güvenilir, bilen ve bilmeyeni ayırt eden bir test olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada nihai teste madde analizinde önemli olarak görülen ve dikkat edilmesi gereken bir diğer etken çeldirici analizidir. Çeldirici analizi güçlük ve ayırt edicilik indeksinden madde analizi için önemli bir unsur olduğu gibi çeldiriciler ve doğru cevaplar bütün bir maddeyi bir araya getiren birer küçük yapı taşlarıdır bu yüzden çeldiriciler madde analizinin önemli bileşenlerindendir (Thissen vd., 1989; Hasancebi vd., 2020; akt: Ünlü vd., 2022). 5 seçenekli olarak gerçekleştirilen bilgi testinde nihai teste alınan 31 maddenin çeldiricilerinin iyi düzeyde olduğu katılımcıların cevaplarının tek bir çeldiricide toplanmadığı gibi çeldiriciler seçenekler arasında dengeli bir şekilde dağılım göstermiştir. Nihai teste alınan 31 maddenin ortalama güçlük katsayısı 0,412; madde ayırt edicilik katsayısı 0,538 ve KR-20 güvenirlik ve iç tutarlılık katsayısı ise 0,890 olarak tespit edilmiştir (Tablo 8). Nihai test için gerçekleştirilen tüm bu analizler testin güvenirliğini yükselten standartlardır (Kuder ve Richardson, 1937; Tekindal, 2016; akt: Ünlü vd., 2022). KR-20 değeri 0,890 olarak tespit edilen bilgi testinin güvenirlik düzeyinin yüksek olduğu Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine ilişkin bilgi düzeylerini ölçebilecek geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olarak kullanılabileceği ortaya konmuştur.

Çalışmada bilgi testi geliştirme özelliklerine uygun olarak gerçekleştirilen beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modelleri bilgi testi BEPÖM: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının öğretim modelleri hakkında bilgilerinin hangi seviyede olduğunu belirleme amacına hizmet eder. BEPÖM: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine ilişkin bilgi seviyelerini ölçmeye yönelik orta güçlükte olduğu ayırt edicilik indeksinin yüksek olduğu bilen ve bilmeyeni ayırt edebildiği 5 seçenekli geçerli ve güvenilir bir testtir. Geliştirilen bu test beden eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının beden eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modellerine yönelik bilgi düzeylerini tespit etmek için kullanılabilir geçerli ve güvenilir bir ölçme aracıdır.

Öneriler

BEPÖM bilgi testi uygulanırken katılımcıların çok iyi bir şekilde araştırılarak özellikle Beden Eğitimi pedagojisinde öğretim modelleri dersini alan Öğretmen adaylarına veya MEB'de görevli Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerine uygulanması önerilmektedir. Madde yazımında soruların anlaşılır ve açık olması ve sınav formatına getirilen maddeler paragraf, satır ve boşluk ayarlamaları yapılmalıdır. Gelecekteki araştırmacılar Beden Eğitimi pedagojisinde kullanılan öğretim modelleri ile ilgili branş uygulamalarına yönelik, analitik düşünme becerilerinin öğrenciler tarafından daha fazla kullanılacağı görsel ağırlıklı bir bilgi testi geliştirebilirler. Maddeler yazıldıktan sonra beş ve üstü uzmandan dönüt-düzeltme alınması ve uzmanların en az iki tanesinin yabancı olması maddelere farklı bir bakış açısı kazandırabilir. Belirtke tablosuna soru katsayısı vermeden önce amaçlanan bilgi testi ile ilgili iyi bir literatür ve konu taraması yapılması önerilir. Gelecek araştırmacılar analizlerini Excel programına nazaran TAP programında yapmaları zaman kazanmaları açısından önerilir.

Etik Beyan

"*Beden Eğitimi Pedagojisinde Kullanılan Öğretim Modelleri ile İlgili Bilgi Testinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması*" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli olan etik kurul izinleri Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Rektörlüğü Sağlık Bilimleri Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulunun 21.10.2024 tarihli 997 sayılı 2024/9 oturumunda karar verilmiştir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Development of a Knowledge Test on Teaching Models Used in Physical Education Pedagogy: Validity and Reliability Study*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. The necessary ethics committee permissions were decided by the Bandırma Onyedi Eylül University Rectorate Health Sciences Non-Interventional Research Ethics Committee in its session numbered 997 and dated 21.10.2024.

Çatışma Beyanı

Yazar bu çalışma kapsamında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmektedir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Teşekkür

Bugün topraklarımızda huzurla yaşamamız için canlarını feda eden şehitlerimize, karşılıksız hizmet eden isimsiz kahramanlarımıza, tüm teşkilatlarımıza ve TÜRK devletlerine teşekkür ederim. Ayrıca gerek araştırmalarımda gerekse reel yaşantımda her zaman desteğini gördüğüm sayın hocam Prof. Dr. Umut CANLI ve Prof. Dr. Veli Volkan GÜRSES'e teşekkür ederim.

Kaynakçalar

Akkaya, E. E., B. Güneş ve A.D. Mirzeoğlu. (2022). "Bireyselleştirilmiş öğretim modeli temelli uzaktan eğitimin akademik öğrenme zamanı üzerine etkisi." [The effect of individualised instruction model-based distance education on academic learning time], *Eğitim ve Bilim* 47: (211).

Akkoyunlu, Y. (1996). Beden eğitimi ve spor. [Physical education and sport], *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *1* (1): 80.

Akapullukçu, S., ve Günay, Y. (2013). Fen ve teknoloji dersinde araştırmaya dayalı öğrenme ortamının öğrencilerin akademik başarı hatırda tutma düzeyi ve tutumlarına etkisi. [The effect of research-based learning environment on students' academic achievement, retention level and attitudes in science and technology course], *Ege Eğitim Dergisi 14* (1): 67-89.

Alagül, Ö., ve Gürsel, F. (2017). Taktiksel oyun modeli. [Tactical game model]. A.D. Mirzeoğlu (Ed.), *Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi* (s. 163-184). Spor Yayınevi.

Aksoy, G. K., ve Gürsel, F. (2017). Bireysel ve sosyal sorumluluk modeli. [Individual and social responsibility model. Model Based Physical Education Teaching]. A.D. Mirzeoğlu (Ed.), *Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi* (s.209-233). Spor Yayınevi.

Alexander, K., and Luckman, J. (2001). Australian teachers' perceptions and uses of the sport education curriculum model. *European Physical Education Review* 7 (3): 243-267.

Altay, F. (2017). Doğrudan öğretim modeli. [Direct ınstruction model]. A.D. Mirzeoğlu (Ed.), *Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi* (s.29-48). Spor Yayınevi.

Altınkök, M., ve Kasap, H. (2014). İş birliği ile öğretim yöntemine dayalı beden eğitimi derslerinin 9–10 yaş grubu çocukların problem çözme becerisi gelişimine etkisinin araştırılması. [Investigation of the effect of physical education lessons based on cooperative teaching method on the development of problem solving skills of 9-10 year old children]. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi 2014* (2): 101-109.

Arun, N. C., F. Altay ve Çelenk. B. (2010). Voleybol oyununun öğretiminde doğrudan öğretim ve akran öğretimi yaklaşımlarının erişiye etkisi. [Effect of direct assessment and peer asessment approaches on achievement in teaching volleyball game]. *11th International Sport Science Congress Proceeding Book,* 191-193. Ankara, TR: Gazi University.

Aslan, İ. U., Yıldıran, İ., ve A.D. Mirzeoğlu. (2023). Basketbol bilgi testinin geliştirilmesi: 9. sınıf öğrencileri üzerine bir araştırma. [Development of basketball knowledge test: a research on 9th grade students]. *Egzersiz ve Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 3 (2): 99-115.

Atılgan, H., Kan, A., ve Aydın, B. (2018). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme.* [Measurement and evaluation in education]. Anı Yayıncılık.

Aydın, M., N. Tola ve H. Çoknaz. (2014). 6. Sınıfta beden eğitimi dersinde uygulanan kubaşık öğrenme modelinin öğrencilerin empatik eğilimlerine etkisi. [The effect of 6th grade physical education course on students' empathic tendencies of kubaşık learning model]. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 14 (2): 269-281.

Aydın, S. (2006). Avrupa Birliği ülkelerinde ve Türkiye'de zorunlu eğitim. [Compulsory education in European Union countries and Turkey]. Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi.

Ayvazo, S., and Ward, P. (2009). Effects of classwide peer tutoring on the performance of sixth grade students during a volleyball unit. *The Physical Educator* 66 (1): 12-22.

Bal, M., Taşkıran, A., ve Erdem, K. (2023). Hentbol bilgi testi geliştirme, geçerlik ve güvenirliği. [Handball knowledge test development, validity and reliability]. *Sağlık* ve *Spor Bilimleri Dergisi* 6 (1): 1-10.

Barrett, T. (2005). Effects of cooperative learning on performance of sixth-grade physical education students. *Journal of teaching in Physical Education* 24 (1): 88-102.

Baykul, Y. (2000). *Eğitimde ve psikolojide ölçme: klasik test teorisi ve uygulaması*. [Measurement in education and psychology: classical test theory and practice]. Ankara: ÖSYM Yayınları.

Baykul, Y. (2015). *Eğitimde ve psikolojide ölçme: Klasik test teorisi ve uygulaması*. [Measurement in education and psychology: classical test theory and practice]. Pegem Yayınları.

Bloom, B. S., B. Mesia, B, and D. R. Krathwohl. (1964). Taxonomy of educational objectives (two vols: The affective domain & The cognitive domain). *New York. David McKay,* 9, 122-136.

Brooks, G. P., and Johanson, G. A. (2003). TAP: Test analysis program. *Applied Psychological Measurement,* 27 (4): 303-304.

Bulca, Y. (2017). Araştırma öğretim modeli. [Research teaching model]. A.D. Mirzeoğlu (Ed.), *Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi* (186-208). Spor Yayınevi.

Bakanlığı, M. E. (2018). Beden eğitimi ve spor öğretim programı. [Physical education and sports teaching programmes], Millî Eğitim Bakanlığı Ortaöğretim Genel Müdürlüğü, Ankara. https://mufredat.meb.gov.tr/Programlar.aspx.

Bunker, D., and Thorpe, R. (1982). A model for the teaching of games in secondary schools. *Bulletin of Physical Education*. 18 (1): 5-8.

Callado, C. V. (2012). Analysis of the effects of the implementation of cooperative learning in physical education. *Qualitative research in education* 1 (1): 80-105.

Cecchini, Jose, A, Javier. Montero, Alicia Alonso, Mikel I, and Onofre Contreras. (2007). "Effects of personal and social responsibility on fair play in sports and self-control in school-aged youths." *European Journal of sport science* 7 (4): 203-211.

Çelen, A. (2012). Spor eğitim modeli ile işlenen voleybol derslerinin öğrencilerin bilişsel, duyuşsal, psikomotor erişi düzeylerine etkisi. [The effect of volleyball lessons taught with sport education model on students' cognitive, affective and psychomotor achievement levels]. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi.

De-Busk, M., and Hellison, D. (1989). Implementing a physical education self-responsibility model for delinquency-prone youth. *Journal of teaching in physical education* 8 (2): 104-112.

Depaz, I., and Roger, M. W. (2008). Using peer teaching to support co-operative learning in undergraduate pharmacology. *Bioscience education* 11 (1): 1-12.

Duman, Z. (2021). Üniversitede okuyan z kuşağının değişen aile algısı ve aile içi ilişkilerde yaşadığı sorunlar. [Changing family perception of generation z studying at university and problems in family relationships]. *Sosyolojik Bağlam Dergisi* 2 (1): 20–36.

Ernst, M., and Byra, M. (1998). What does the reciprocal style of teaching hold for junior high school learners. *The Physical Educator* 55 (1): 24-37.

Ersoy, E., ve Bayraktar, G. (2018). İlkokul 4. sınıf matematik dersi "ondalık gösterim alt öğrenme alanına ilişkin başarı testi geliştirilmesi. [Developing an achievement test related to the 'decimal notation' sub-learning area of primary school 4th grade mathematics course], *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi* (46): 240-266.

Friskawati, G. F., H. Ilmawati, and A. Suherman. 2017. Effect of personalized system for instructions (psi) on physical fitness of senior high school nursing's student. *In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering,* 180, No. 1, p. 012262: Bandung, Endonezya: IOP Publishing.

Gökalp, M., Şahenk, S., ve Türkmen, M. (2011). Beden eğitimi derslerinde uygulanabilecek çok kültürlü oyun örnekleri. [Examples of multicultural games that can be applied in physical education classes], *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi* 2 (1): 23-31.

Gültekin, İ., ve Arhan, S. (2015). Seviye belirleme sınavında türkçe alanında sorulan soruların kapsam geçerliliği açısından incelenmesi. [Analysing the questions asked in turkish language in level determination examination in terms of content validity], *Milli Eğitim Dergisi*, 45 (206): 69-96.

Güneş, B. (2017). Bireyselleştirilmiş öğretim modeli. [Individualised teaching model]. A.D. Mirzeoğlu (Ed.), *Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi* (s.49-78). Spor Yayınevi.

Güneş, B., ve Hakkı Çoknaz. (2010). Beden eğitimi dersi jimnastik ünitesinde iş birliğine dayalı öğrenmenin öğrencilerin erişi düzeylerine etkisi. [The effect of cooperative learning on students' achievement levels in physical education course gymnastics unit]. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 39 (39): 207-219.

Hannon, J. C., Holt, B. J., and J. D. Hatten. (2008). Personalized systems of instruction model: Teaching health-related fitness content in high school physical education. *Journal of Curriculum and Instructio*n 2 (2): 20-33.

Hannon, J. C., and Ratliffe, T. (2004). Cooperative learning in physical education. *Strategies* 17 (5): 29-32.

Hasançebi, B., Terzi, Y., ve Küçük, Z. (2020). Madde güçlük indeksi ve madde ayırt edicilik indeksine dayalı çeldirici analizi. [Item difficulty index and item discrimination index based distractor analysis]. *Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi* 10 (1): 224-240.

Hünük, D., ve Oğuzhan, N. Ş. (2017). Spor Eğitim Modeli. [Sport Education Model], A.D. Mirzeoğlu (Ed.), *Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi* (s.139-162). Spor Yayınevi.

Joyce, B. R., Weil, M., and Wald, R. (1973). The teacher-innovator: Models of teaching as the core of teacher education. *Interchange* 4, 47-60. https://doi.org/10.1007/BF02138458.

Karavelioğlu, M. B., (2012). İşbirliğine dayalı öğretim yöntemi ile komut yönteminin futbola özgü beceri öğrenimine etkisi. [The effect of co-operative teaching method and command method on football-specific skill learning]. Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi.

Kasap, H., Kemertaş, İ., ve Nalbant, S. (2018). *Eğitimde ve spor eğitiminde ölçme ve değerlendirme*. [Measurement and evaluation in education and sports education]. Ankara, TR: Nobel Yayıncılık.

Kavas, G. (2009). Video Destekli Web Tabanlı Akran Değerlendirme Sisteminin Mikro öğretim Uygulamaları Üzerine Etkileri. Bilgisayar Öğretmenliği Adayları Örneği. [The effects of video supported web-based peer evaluation system on microteaching practices. the case of computer education candidates]. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi.

Keller, F. S. (1968). Good-bye teacher. *Journal of applied behavior analysis* 1 (1):79. Doi: 10.1901/jaba.1968.1-79

Kutlu, Ö. ve Çok, F. (2002). Cinsel eğitim programına dayalı cinsel bilgi testinin geliştirilmesi. *Eğitim ve Bilim*, 27(123).

Kuder, F. G., and Richardson, M. W. (1937). The theory of the estimation of test reliability. *Psychometrika* 2 (3): 151-160. http://dx.doi.org/10.1007/BF02288391.

Kurumu, Y.Ö. (2018). Beden eğitimi ve spor öğretmenliği lisans programı. Erişim adresi: https://www.yok.gov.tr/Documents/Kurumsal/egitim_ogretim_dairesi/Yeni-Ogretmen-Yetistirme-Lisans-Programlari/Beden_Egitimi_ve_Spor_Ogretmenligi_Lisans_Programi.pdf#page=23.13

Metzler, M. W. (2005). *Instructional models for Phsical Education*. Scottsdale Arizona, USA: Halcomb Hathaway Pubs.

Metzler, M.W. (2011). *Instructional Models for Physcial Education*. Scottsdale Arizona, USA: Halcomb Hathaway Pubs.

Mirzeoğlu, A. D., Munusturlar, S., ve Çelen, A. (2014). Akran öğretimi modelinin akademik öğrenme zamanına ve voleybol becerilerinin öğrenimine etkisi. [The effect of peer teaching model on academic learning time and volleyball skills learning]. *Spor Bilimleri Dergisi* 25 (4): 184-202.

Mirzeoğlu, A. D., and Özcan, G. (2015). Akran öğretimiyle işlenen okul deneyimi dersi hakkında öğrenci görüşleri ve kazanımları. [Student opinions and gains about the school experience course processed with peer teaching]. *Sport Sciences,* 10(4), 16-33.

Mirzeoğlu, A. D. (2017). Akran öğretim modeli. [Peer teaching model], A.D. Mirzeoğlu (Ed.), *Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi* içinde (s.109-137). Spor Yayınevi.

Mirzeoğlu, A. D. (Ed). (2017). *Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi*. [Model Based Physical Education Teaching]. Spor Yayınevi.

Mosston, M., and Ashworth, S. (2008). *Teaching physical education*: Spectrum ınstitute for teaching and learning. spectrumınstitue,Florida,USA.Access:https://spectrumofteachingstyles.org/assets/files/book/Teaching_Physical_Edu_1st_Online.pdf

Oğuzhan, N. S. (2019). Ortaokul öğrencilerinin spor eğitim modeline ilişkin becerileri: boylamsal bir çalışma. [Secondary school students' skills related to the sports education model: a longitudinal study]. Pamukkale Üniversitesi. https://gcris.pau.edu.tr/handle/11499/3555

Pate, R., Corbin, C., and Pangrazi, R. (1998). Physcial activity for young people. *President's Council on Physcial Fitness and Sports Research Digest* 3 (3): 1-6.

Prewitt, S. L. (2014). *The personalized system of instruction: Fidelity and effect on health-realted fitness knowledge and in-class physical activity*. USA: The University of Utah.

Prewitt, S. L., Hannon, J.C., Colquitt, G., Timothy, A., Brusseau, M. N., and Shaw, J. (2015). Effect of personalized system of instruction on health-related fitness knowledge and class time physical activity. *The Physical Educator* 72 (5).

Savaş, M. Ş. (2018). Taktiksel oyun yaklaşımının ortaokul öğrencilerinin yaratıcılık düzeylerine etkisinin incelenmesi. [Investigation of the effect of tactical game approach on the creativity levels of secondary school students]. Yüksek Lisans Tezi. Aksaray Üniversitesi. https://acikerisim.aksaray.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12451/5163

Sönmez, H. O., ve Mirzeoğlu, A. D. (2021). "Bireyselleştirilmiş öğretim modelinin yüzmede serbest stil ve track çıkış becerilerinin öğrenimine etkisi." [The effect of individualised teaching model on the learning of freestyle and track exit skills in swimming], *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi,* 6(2), 384-400.

Sönmez, V. (2022). *Eğitimde program geliştirme öğretmen elkitabı*. [Programme development in education teacher's handbook]. Anı Yayıncılık.

Şad, S. N., ve Demir, O. (2017). Dik temel yazı ve bitişik eğik yazı biçimlerinin 4. sınıf öğrencilerinin okuduğunu anlama becerisine etkisi. [The effect of vertical basic writing and cursive slant writing forms on reading comprehension skills of 4th grade students], *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,* 16(62), 801-816.

Tekin, H. (2004). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*. [Measurement and evaluation in education], Yargı Yayınevi.

Tekin, H. (2007). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*. ([Measurement and evaluation in education], Yargı Yayınevi.

Tekin, M., ve Gün. H. (2020). Taktiksel oyun yaklaşımının ortaöğretimde öğrenim gören öğrencilerin zihinsel süreçlere etkisi. [The effect of tactical game approach on the mental processes of students studying in secondary education], *Journal of International Social Research* 13 (69).

Tekindal, S. (2016). *Okullarda ölçme ve değerlendirme yöntemleri.* [Measurement and evaluation methods in schools], Nobel Yayıncılık.

Temel, C. (2017). İşbirlikli öğretim modeli. [Cooperative teaching model], A.D. Mirzeoğlu (Ed.), *Model Temelli Beden Eğitimi Öğretimi* (s. 79-108). Spor Yayınevi.

Thissen, D., Steinberg, L., and Fitzpatrick, A. R. (1989). Multiple-choice models: The distractors are also part of the item. *Journal of Educational Measurement,* 26(2), 161-176.

Turgut, F. M., ve Baykul, Y. (2010). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*. [Measurement and evaluation in education]. Pagem Akademi.

Ünlü, H., Mirzeoğlu, A. D. ve Aşçı, F. H. (2022). Olimpik değerler bilgi testinin geliştirilmesi: Ortaokul 5. sınıf öğrencileri üzerine bir araştırma. [Development of olympic values knowledge test: a research on secondary school 5th grade students]. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 7 (2): 294-313.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel araştırma yöntemleri*. [Qualitative research methods in Social Sciences]. Seçkin Yayınevi.

Valsh, W. B., Betz, N. E. (1995). Test and assessment. Englewood Cliffs, New Jetsey: Prentice Hail.

EXTENDED ABSTRACT

Purpose: The Physical Education and Sports Teaching Undergraduate Programme published by the Council of Higher Education of the Republic of Turkey in 2018 includes information on the use of contemporary teaching methods as well as traditional teaching methods in the teaching methods section of the programme. On the other hand, according to the curriculum published by the Ministry of National Education of the Republic of Turkey in 2018, it is recommended that Physical Education and Sports Teachers use teaching models used in physical education pedagogy in their lessons. Teaching models are used by teachers in physical education and sports lessons in middle schools and high schools. As a result of the literature review, it was found that there are hundreds of studies on the use of teaching models in physical education pedagogy. However, it has been determined that no measurement tool has yet been developed to assess the level of knowledge of physical education and sports teachers and teacher candidates regarding teaching models. In this context, the aim of this study is to develop a valid and reliable knowledge test that can be used to assess the knowledge of physical education and sports teacher candidates regarding teaching models used in physical education pedagogy. *Introduction:* The best way to prove that a test is high-quality and reliable is to conduct validity and reliability studies on that test (Walsh and Betz, 1995). Test development refers to the careful and meticulous implementation of each stage of the development process for a measurement tool developed for a specific purpose (Kutlu and Çok, 2002). An educator: Within the scope of the teaching programme, they must set goals for the outcomes and, at the end of the teaching process, assess their students to determine whether they have achieved the required level of knowledge and the target outcomes, and identify any shortcomings (Aslan et al., 2023; Sönmez, 2022). In this context, the most important tool that can be used is knowledge tests (Tekin, 2007; Yıldırım and Şimşek, 2008). Therefore, there is a need for valid and reliable assessment tools that can be applied to Physical Education and Sports Teacher candidates or teachers. The most important tool that can be used in this regard is knowledge tests (Tekin, 2007; Yıldırım & Şimşek, 2008). *Method:* 287 Physical Education and Sports Teacher candidates studying in the 3rd and 4th grades in 5 different provinces of Turkey volunteered to participate in the study. In order to develop the knowledge test, a specification table containing the subject matter and target outcomes was first prepared. A test question pool consisting of 95 items was developed to measure the outcomes and topics in this table. The prepared items were restructured based on the feedback and corrections of two education experts, two sports science experts, and one Turkish spelling expert. The restructured test items were converted into an exam format and reviewed again by the experts. The test items were administered to Physical Education and Sports Teacher candidates in three sessions in university classrooms. The obtained data were transferred to the TAP (Test Analysis Programme) developed by Brooks and Johanson in 2003, and the item difficulty coefficient, item discrimination index, and KR-20 reliability coefficient were determined through this programme. *Findings:* In the first analysis, the median score of the trial items was 33.7% and the mean standard deviation was 15.361. The average difficulty coefficient of the trial test was 0.379, the average of the discrimination coefficients of the differences of the correct numbers of the lower 27% and upper 27% groups was 0.370, the average of the item total correlation coefficients was 0.340 (Corrected 0.315) and the KR20 internal consistency coefficient was 0.921. The 24 items with low discrimination were removed from the test and the analyses were performed again on 71 items. According to the analysis, the average item difficulty coefficient of the 71 items remaining after the removal of the 24 items with low discrimination was 0.397; the average discrimination index was 0.462; the average correlation coefficient was 0.405; and the KR-20 reliability coefficient was 0.928. After the items with low discrimination were removed, the "Knowledge Test on Teaching Models Used in Physical Education Pedagogy" (BEPÖM) Final Test was created by selecting 31 items with the highest discrimination and medium difficulty that measured each target outcome specified in the specification table among 71 multiple-choice questions planned in the final test and in which each item in the specification table included items that measured each target outcome and

consisted of 5 options. It was determined that the 31 items with the highest discrimination were very well discriminative and of moderate difficulty (r= 0.538; p= 0.412). The KR-20 reliability coefficient for the final test items was found to be at the highest level (KR-20=0.89>0.70). *Discussion, Conclusion, and Suggestions:* The success of a teacher is related to achieving the target behavior he/she wants to gain in students and how much and at what level he/she can teach a subject to students (Sönmez, 2022). The best measurement tools for the level at which a subject is taught are knowledge and achievement tests (Tekin, 2007; Yıldırım & Şimşek, 2008). According to the curriculum published by the Ministry of National Education in 2018, it is recommended that Physical Education and Sports Teachers use the Teaching Models used in Physical Education Pedagogy in their lessons. In this context, the aim of this study is to develop a valid and reliable knowledge test that can be used to measure the knowledge of prospective Physical Education and Sports Teachers about the Teaching Models Used in Physical Education Pedagogy. BEPÖM (Teaching Models Used in Physical Education Pedagogy) serves the purpose of determining the level of knowledge of prospective Physical Education and Sports Teachers about teaching models. It is a valid and reliable test with 5 options to measure the level of knowledge of prospective Physical Education and Sports Teachers about the teaching models used in Physical Education Pedagogy, which has a high discrimination index of medium difficulty and can distinguish between those who know and those who do not know. This developed test is a measurement tool that can be used to determine the level of knowledge of prospective Physical Education and Sports Teachers about Instructional Models used in Physical Education Pedagogy. It is recommended that when applying the BEPÖM knowledge test, the participants should be researched very well and applied especially to prospective teachers taking the Teaching Models in Physical Education Pedagogy course or Physical Education and Sports Teachers working in the Ministry of National Education. In item writing, it is recommended that the questions should be clear and understandable and that paragraph and line spacing adjustments should be made for the items brought to the exam format. Future researchers can develop a visual-oriented knowledge test for branch applications related to the Teaching Models used in Physical Education Pedagogy, where analytical thinking skills will be used more by students. After the items are written, it is recommended to get feedback, correction and suggestions from five or more experts, and at least two of the experts should be foreign experts to give a different perspective to the items. Before assigning question coefficients to the specification table, it is recommended to conduct a good literature and subject review on the intended knowledge test. It is recommended that future researchers use the TAP (Test Analysis Program) program rather than the Excel program both in terms of time and more accurate calculation.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Özel Okul Öğretmenlerinin Sessiz İstifa Deneyimleri: Nitel Bir Araştırma

Kürşad YILMAZ[1], Halil ALAKUŞ[2] ve Seher ŞAHİN-YILDIZ[3]

Öz

Son yıllarda çalışanlarda gözlenen önemli davranışlardan biri de sessiz istifa davranışıdır. Sessiz istifa davranışı eğitim sistemlerinde de örneklerine rastlanılan bir davranış biçimi olarak sıklıkla gözlenmeye başlamıştır. Türk eğitim sisteminde sessiz istifa davranışının gözlenebileceği gruplardan biri de özel okullarda çalışan öğretmenlerdir. Bu bağlamda bu araştırmada özel okullarda çalışan öğretmenlerin sessiz istifa ile ilgili deneyimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilen araştırmada temel nitel araştırma deseni kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunda 27 öğretmen bulunmaktadır. Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış bir görüşme formu ile toplanmıştır. Formda dört adet açık uçlu soru bulunmaktadır. Verilerin analizinde betimsel analiz ve içerik analizi kullanılmıştır. Katılımcılar hem kendilerinde hem meslektaşlarında yüksek düzeyde sessiz istifa davranışı gözlemektedir. Katılımcıların kendilerinde ve meslektaşlarında gözledikleri sessiz istifa davranışları genel olarak performans sorunları ve motivasyon sorunları ile ilgilidir. Öğretmenlerin sessiz istifaya yönelmesinin nedenleri konusunda katılımcı görüşleri "ücret-çalışma koşulları, yönetsel-iletişimsel sorunlar, özel okul mantığı ile ilgili sorunlar ve eğitim sistemi ile ilgili sorunlar" temalarında toplanmıştır. Katılımcıların sessiz istifanın önlenmesi ile ilgili önerileri ise çalışma koşulları ve örgütsel-yönetsel öneriler ile ilgilidir.

Anahtar Kelimeler: Sessiz İstifa, Türk Eğitim Sistemi, Özel Okullar, Öğretmenler

Quiet Quitting Experiences of Private School Teachers: A Qualitative Research

Abstract

One of the important behaviors observed in employees in recent years is the quiet quitting behavior. Quiet quitting behavior has started to be observed frequently as a form of behavior that is also observed in education systems. One of the groups where the quiet quitting behavior can be observed in the Turkish education system is the teachers working in private schools. In this context, this study aims to determine the experiences of teachers working in private schools about quiet quitting. Basic qualitative research design was used in the study which was conducted with qualitative research method. There are 27 teachers in the study group. The data collected with a semi-structured interview form. There are four open-ended questions in the form. Descriptive analysis and conventional content analysis used to analyze the data. The participants observed high levels of quiet quitting behavior in both themselves and their colleagues. The quiet quitting behaviors that the participants observed in themselves and their colleagues are generally related to performance problems and motivation problems. Participants' views on the reasons for teachers' tendency towards quiet quitting collected under the themes of "wage-working conditions, managerial-communication problems, problems related to the logic of private schools, and problems related to the education system". Participants' suggestions for preventing quiet quitting are related to working conditions and organizational-administrative suggestions.

Keywords: Quiet Quitting, Turkish Educational System, Private Schools, Teachers

Atıf İçin / Please Cite As:

Yılmaz, K., Alakuş, H. ve Şahin-Yıldız, S. (2025). Özel okul öğretmenlerinin sessiz istifa deneyimleri: Nitel bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 994-1012. doi:10.33206/mjss.1666514

Geliş Tarihi / Received Date: 27.03.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 10.04.2025

[1] Prof. Dr. - Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, kursad.yilmaz@dpu.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-3705-5094
[2] Yüksek Lisans Öğrencisi - Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, halilalakuss.20@gmail.com,
ORCID: 0009-0005-7118-5561
[3] Yüksek Lisans Öğrencisi - Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, sehersahin.sa@gmail.com,
ORCID: 0009-0000-5009-8227

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Sessiz istifa davranışının bütün dünyada gündem olmasında Covid-19 salgını dönemi sonrasında ortaya çıkan yeni çalışma düzeninin ve uzun çalışma saatlerinden dolayı yaşanan bazı çalışan ölümlerinin önemli etkisi olmuştur. 2021 yılında Çin'de genç bir çalışanın aşırı çalışma saatleri sebebiyle hayatını kaybetmesi ve bu durumun sosyal medyada tüm dünyanın dikkatini çekmesi, sessiz istifa kavramının dünya çapında popüler hale gelmesini sağlamıştır (Ulutürk, 2022). Daha sonraki zamanlarda sosyal medya ortamlarında yayılan sessiz istifa videoları da kavrama olan ilgiyi artırmıştır. Bu videolardan birinde Zaid Khan (2022) isimli TikTok kullanıcısı *"Sessiz istifa, işinizi bırakmak anlamına gelmiyor. Sadece işinizin hayatınızı ele geçirmesine engel olmak anlamına geliyor. İşiniz hayatınız değil! Değeriniz ürettiklerinizle tanımlanamaz"* ifadelerini kullanmış ve milyonlarca insana ulaşmayı başarmıştır (Çalışkan, 2023; Çimen ve Yılmaz, 2023; Örücü ve Hasırcı, 2024; Yıldız ve Özmenekşe, 2022). Bryan Creely tarafından TikTok ve YouTube'da (2022) yayınlanan başka bir video ile kavram dikkatleri daha çok üzerine çekmiştir. Ancak sessiz istifa yeni bir kavram değildir. Kavram alanyazına Höhn (1982; 1989) tarafından kazandırılmıştır. Höhn (1982; 1989) sessiz istifayı *"kendi kendine emeklilik"* olarak nitelendirmiş ve çalışanların örgüte olan adanmışlığından ve örgütte inisiyatif kullanmaktan bilinçli bir şekilde vazgeçmesi ve böylelikle görevi sayılan faaliyetleri reddetmesi olarak tanımlamıştır (Akt: Jehle ve Schmitz, 2007). Alman yönetim alanyazınında konu ile ilgili birçok araştırma yapılmış, makaleler ve kitap bölümleri yazılmış olasına rağmen yönetim-organizasyon alanyazınındaki İngilizce yayınların hâkimiyetinden dolayı kavram çok fazla gündeme gelmemiştir (Yılmaz, 2024a).

Sessiz istifa genel olarak çalışanın sadece yapması gerekenleri yapması, bunun dışında herhangi bir ekstra çaba göstermemesi veya davranış sergilememesidir. Kısaca sessiz istifa çalışanların iş tanımlarında belirtilen sorumlulukların dışına çıkmaması ile ilgilidir (Örücü ve Hasırcı, 2024). Bu bağlamda sessiz istifa çalışanların yaşadıkları olumsuzluklardan dolayı daha az sorumluluk almaları ve işlerini aksatmadan asgari düzeyde performans göstermeleri olarak tanımlanabilmektedir (Yılmaz, 2024a). Genel olarak sessiz istifa davranışını *"gizli ve bilinçli olarak yapma, performans düşürme, aidiyet duygusunda azalma ve inisiyatif almaktan kaçınma"* gibi özellikler karakterize etmekte (Yılmaz, Arık ve Çelik, 2024) ve "düşük performans, düşük motivasyon ve düşük iletişim" gibi üç temel davranış ve belirti ile ortaya çıkmaktadır (Yılmaz, 2024a).

Sessiz istifa davranışı, çalışanlar arasındaki iletişim, işbirliği ve takım çalışmasını olumsuz etkilemekte; örgüt kültürüne ve iklimine zarar vermekte; personel devir hızında artışa sebep olmakta; örgütsel öğrenmeyi sekteye uğratmakta; bu davranışlar diğer çalışanları da olumsuz etkileyebilmekte ve uzun vadede bu tip çalışanlar örgütün gelişmemesine, ilerlememesine ve sorunlarına çözüm üretmemesine sebep olabilmektedir. Ayrıca, sessiz istifa davranışı sergileyen çalışanın kariyer planlaması da zarar görmektedir (Yılmaz, 2024a). Bu sonuçlar göz önüne alındığında sessiz istifa davranışının örgüt ve çalışan açısından birçok olumsuzluğa sebep olacağı; çalışanın duygusal, zihinsel ve fizyolojik olarak kurumdan kopmasına sebep olabileceği açıktır. Bu bağlamda sessiz istifa davranışı hem örgütler hem de çalışanlar açısından farkında olunması ve dikkatle incelenmesi gereken bir olgudur. Eğitim örgütlerinin ürettiği eğitim hizmetinin toplumlar ve bireyler için önemi düşünüldüğünde, sessiz istifa davranışının eğitim örgütlerinde mutlaka incelenmesi gereken bir konu olduğu söylenebilir. Bu anlamda yurt dışında (Hapsari ve Dwianto, 2024; Thekkechangarapatt, 2023; Xueyun, Al-Mamun, Yang, Naznen ve Ali, 2025) ve Türkiye'de eğitim örgütlerinde yapılan bazı araştırmalar bulunmaktadır. Ancak eğitim örgütlerinde yapılan sessiz istifa araştırmaları az sayıdadır.

Thekkechangarapatt (2023) Hindistan'daki eğitim örgütlerinde sessiz istifa davranışına ilişkin bir vaka analizi yapmış ve 3 farklı vakayı incelemiştir. Araştırmada üç çalışanın da farklı nedenlerle ve farklı şekillerde sessiz istifayı uyguladığı belirlenmiştir. Hapsari ve Dwianto (2024) nitel araştırma yöntemi kullandıkları araştırmada, Endonezya'daki bir eğitim kurumunda sessiz istifa olgusunun ortaya çıkışını ve iş-yaşam dengesi eğilimi ile ilişkisini araştırmıştır. Araştırmada çoğu çalışanın, tazminat ve orantısız iş yükü gibi nedenlerle sessiz istifa yaşadığı belirlenmiştir. Xueyun vd. (2025) örnekleminde Çin'de çalışan 629 akademisyenin bulunduğu araştırmada, akademisyenler arasında sessiz istifa eğilimini etkileyen faktörleri (güçlendirici liderlik, psikolojik güçlendirme, ödüllerin adaleti, içsel motivasyon ve iş bağlılığı) incelemişlerdir. Araştırmada akademisyenlerin oldukça yüksek (AO=3,09) düzeyde bir sessiz istifa eğiliminin olduğu belirlenmiştir.

Görüldüğü gibi yurt dışında, eğitim örgütlerinde yapılan araştırmalar genelde Batılı ülkeler yerine, Hindistan, Endonezya ve Çin gibi ülkelerde yapılmıştır. Yapılan taramalarda Batılı ülkelerdeki eğitim

örgütlerinde yapılan bir araştırmaya ulaşılamamıştır. Batılı ülkelerde yapılan sessiz istifa araştırmaları genelde kâr amaçlı örgütlerde yoğunlaşmıştır. Batılı ülkelerde, kâr amaçlı örgütlerdeki rekabet ve çalışma ortamı düşünüldüğünde Batılı ülkelerdeki sessiz istifa araştırmalarının bu tür örgütlerde yoğunlaşması normaldir. Sessiz istifa davranışı iş dünyası ile ilgili olduğundan yapılan araştırmaların ilk önce yönetim-organizasyon alanında yoğunlaşması da bununla ilgilidir.

Türkiye'de eğitim örgütlerinde sessiz istifa olgusu ile ilgili araştırma sayısı görece olarak Batılı ülkelerden daha fazladır. Türkiye'de eğitim örgütlerinde yapılan *ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmaları* (Alanoğlu, Karabatak, Uslukaya ve Kuloğlu, 2024; Karaman-Kepenekci, Katıtaş ve Ökdem, 2024; Yılmaz vd., 2024; Yücedağlar, Gılıç, Uzun ve İnandı, 2024), *tarama modeli araştırmalar* (Gılıç vd., 2025; Karaman-Kepenekci vd., 2024; Yılmaz, 2024b), *nitel araştırmalar* (Konal-Memiş ve Tabancalı, 2024; Yılmaz, Çelik ve Arık, 2025; Yoğurtcu, Sezgin ve Koşar, 2024) ve *karma desenli* bir araştırma (Özen vd., 2024) bulunmaktadır.

Karaman-Kepenekci vd. (2024) çalışmalarında, iş koşulları (AO=2,66), iş verimi (AO=1,96) ve işin özel yaşama etkisi (AO=2,37) boyutundaki sessiz istifa davranışlarını öğretmenlerin düşük düzeyde sergilediğini belirlemiştir. Yılmaz (2024b) tarafından yapılan araştırmaya göre, devlet okullarında çalışan öğretmenler sessiz istifa davranışlarını düşük düzeyde (AO=2,40) sergilemektedir. Gılıç vd. (2025) 384 öğretmenin katıldığı araştırmada, öğretmenlerin kariyer engelleri ile sessiz istifa davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmaya katılan öğretmenlerin (AO=1,85) düşük düzeyde bir sessiz istifa davranışı sergilediği belirlenmiştir.

Türkiye'de konu ile ilgili az sayıda *nitel araştırma* (Konal-Memiş ve Tabancalı, 2024; Yılmaz vd., 2025; Yoğurtcu vd., 2024) ve *karma desenli* bir araştırma (Özen vd., 2024) bulunmaktadır. Konal-Memiş ve Tabancalı (2024) tarafından yapılan nitel araştırmada, okullarda öğretmenler arasında sessiz istifa davranışının olup olmadığı; sessiz istifa davranışının belirtileri ve kişileri sessiz istifaya iten nedenler belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada öğretmenlerde sessiz istifa davranışının oldukça yaygın olduğu belirlenmiştir. Sessiz istifaya götüren en önemli sebepler ise öğretmenlik mesleğine yüklenen anlamın bozulması ve maddi zorluklardır.

Yoğurtcu vd. (2024) tarafından yapılan nitel araştırmada Erzincan ilindeki liselerde görev yapan öğretmenlerin sessiz istifa kavramına yönelik algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmaya göre öğretmenler sessiz istifa süreci yaşamaktadır. Sessiz istifa sürecine yöneticiler, sistem ve değer görmeme sebep olmaktadır. Bunlara ek olarak mesleki heyecanın kalmaması, kişinin kendini yormak istememesi ve denetimsizlik de vurgulanan önemli sebeplerdendir.

Yılmaz vd.'nin (2025) araştırmasına katılan öğretmenlerin ve okul yöneticilerinin tamamı öğretmenlerde sessiz istifa davranışı gözlediğini ve son yıllarda bunun daha da arttığını belirtmiştir. Katılımcıların sessiz istifa davranışına örnek olarak "katkı yapmama, düşük performans sergileme, ilişkileri ve iletişimi en aza indirme, düşük motivasyon ve mesleki konulara-mesleki gelişime ilgisizlik" gibi davranışları vermiştir. Katılımcıların sessiz istifa davranışının sebepleri ile ilgili görüşleri sistemden kaynaklı sebepler temasında toplanmıştır. Bu temada verilen cevaplar ise "maaşların düşük olması, öğretmenlerin kendilerini değersiz hissetmesi, okul müdürlerinin adaletsiz uygulamaları, okul müdürlerinin yetersizlikleri, eğitim sisteminde velilerin ve öğrencilerin egemenliği, öğrencilerin ve velilerinin ilgisizliği, eğitim sistemine olan inançsızlık, okullardaki siyasal ve sendikal ayrılıklar ve eğitim sisteminin sürekli değişmesi" alt temalarında toplanmıştır.

Özen vd.'nin (2024) karma desenli araştırmasına göre, Türkiye'deki öğretmenlerin sergilediği sessiz istifa davranışı "yönetim faktörleri, sosyal faktörler, ekonomik faktörler ve öğretmenlerin refahını etkileyen faktörlerden" etkilenmektedir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin %48,2'si okul yöneticilerinin okulda tehdit edici bir dil kullandığını; %51,4'ü görev dağılımlarında adaletsizlik olduğunu; %67,9'u okulda mobinge maruz kaldığını; %85,7'si Milli Eğitim Bakanlığı'nın (MEB) öğretmenlere hak ettikleri değeri vermediğini; %73,2'si toplumun öğretmenlere hak ettikleri değeri vermediğini; %80,8'i maaşlarının iyi bir geçim imkânı sağlamadığını belirtmiştir.

Yılmaz (2024a) Türkiye'de yapılan sessiz istifa araştırmaları ile ilgili bir sistematik derleme yapmış, Türkiye'de eğitim örgütlerinde yapılan sessiz istifa davranışı çalışmalarının oldukça yeni olduğunu ve az sayıda çalışma yapıldığını belirlemiştir. Bu araştırmalar arasında Türkiye'deki özel öğretim kurumlarında sessiz istifa davranışını belirlemeye dönük herhangi bir araştırmaya ulaşılmamıştır. Bundan dolayı bu araştırmada Türkiye'deki özel öğretim kurumlarında çalışan öğretmenlerin sessiz istifa ile ilgili

deneyimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Türkiye'de özel öğretim kurumları için yaygın olarak özel okul kavramı kullanıldığından araştırmanın ilerleyen kısımlarında ve başlığında özel okul kavramının kullanılması tercih edilmiştir.

Türk Eğitim Sisteminde Özel Okullar

Türk eğitim sisteminde okulöncesi eğitim düzeyinden ortaöğretim düzeyine kadar olan tüm kademelerde, MEB'in izniyle özel okul açılabilmektedir. Açıldıktan sonra da bu tür kurumların denetimi yine MEB tarafından yapılmaktadır. 2023-2024 eğitim öğretim yılı itibariyle Türkiye'deki 14 bin 352 özel öğretim kurumunda 175 bin 499 öğretmen çalışmaktadır (MEB, 2024).

Çeşitli araştırmalarda, özel öğretim kurumlarında çalışan öğretmenlerin iş doyumlarının oldukça yüksek olduğuna dair bulgular (Ağan, 2002; Çalışır, 2021; Taşdan ve Tiryaki, 2008) olsa da bu okullardaki çalışma koşullarıyla ilgili farklı sorunlar olduğu da belirlenmiştir. Bu sorunlar arasında özlük hakları-ücretler ile ilgili sorunlar (Cerev ve Coşkun, 2020; Değer, 2023; Demirler, 2020; Karip, 2023; Onarıcı, 2021) önemli bir yer tutmaktadır. Cerev ve Coşkun'un (2020) araştırmasına katılan öğretmenler özel okullarda özlük haklarının ve ücretlerin adaletsiz ve yetersiz olduğunu ifade etmiştir. Özel okullarda çalışan öğretmenlerin karşılaştığı psikolojik sözleşme ihlalleri, öğretmenlerin kurumdan bekledikleri maddi beklentiler, duygusal beklentiler ve kurumsallıkla ilgili beklentiler ile gerçekte karşılaştıklarının farklı olmasından ve bahsedilen beklentiler ile gerçeklerin birbiriyle örtüşmemesinden kaynaklanmaktadır. Söz konusu psikolojik sözleşme ihlalleri kuruma güvensizlik ve yüksek oranda öğretmen sirkülasyonu ile neticelenmektedir (Değer, 2023).

Özel okullarda çalışan öğretmenlerle ilgili en önemli sorun alanlarından biri de *belirli bir meslek yasasının olmaması* (Çakılcı, 2020) ve *iş garantisi olmaması* (Çakılcı, 2020; Çimen ve Karadağ, 2020; Karip, 2023; Tarhan-Alkan, 2020) ile ilgilidir ve bunlar yetersiz iş güvencesine işaret etmektedir. Karip'in (2023) araştırmasına katılan özel okul öğretmenleri, sözleşme dönemlerinde yetersiz maaş zammı aldıklarını ve sözleşmenin yenilenmemesi gibi sorunlarla sıklıkla karşılaştıklarını belirtmiştir. İş güvencesi olmayan, işini kaybetme korkusu yaşayan öğretmenler örgütsel sessizliği tercih etmektedir (Tarhan-Alkan, 2020).

Özlük hakları-ücretler ile ilgili sorunlara ve yetersiz iş güvencesine karşın özel okullarda çalışan öğretmenler önemli bir iş yüküyle ve zorlu çalışma koşullarıyla (Cerev ve Coşkun, 2020; Demirler, 2020) karşı karşıyadır. Cerev ve Coşkun'un (2020) araştırmasına katılan öğretmenler özel okullarda çalışmanın çok zor olduğunu, özlük haklarının ve ücretlerin adaletsiz ve yetersiz olduğunu ifade etmiştir. Demirler'in (2020) araştırmasına katılan özel okul öğretmenleri ise uzun çalışma sürelerinden şikâyet etmiş ve bazı katılımcılar mesai yapmalarına karşın bu mesailere ait herhangi bir ücret almadıklarını belirtmiştir.

Yukarıda anılan araştırmalarda ortaya çıkan *özlük hakları-ücretler* (Arar, 2023; Serenko, 2024; Valura, 2022; Yılmaz, 2024b); *yetersiz iş güvencesi* (Güler, 2023; Thekkechangarapatt, 2023) ve *makul olmayan iş talepleri ya da iş yükü* (Arar, Çetiner ve Yurdakul, 2023; Atsan, 2023; Boy ve Sürmeli, 2023) gibi sebepler sessiz istifa davranışının da sebepleri arasında önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda bu araştırmada özel okullarda çalışan öğretmenlerin sessiz istifa ile ilgili deneyimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu genel amaca ulaşmak için ise şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Katılımcıların kendilerinde gözledikleri sessiz istifa davranışları nelerdir?
2. Katılımcıların meslektaşlarında gözledikleri sessiz istifa davranışları nelerdir?
3. Katılımcıların sessiz istifa davranışlarının sebepleri ile ilgili görüşleri nelerdir?
4. Katılımcıların sessiz istifa davranışının önlenmesi için yapılması gerekenler ile ilgili önerileri nelerdir?

Bu sorulara verilen cevaplardan elde edilen sonuçlar Türkiye'deki özel okullarda çalışan öğretmenlerin sergilediği örgütsel davranış biçiminin çözümlenmesi açısından önemli veriler sunmaktadır. Ayrıca bu veriler Türkiye'deki özel okulların örgütsel ikliminin ve çalışma koşullarının belirlenmesi açısından politika yapıcılara yol gösterici olabilecektir.

Yöntem

Araştırma nitel araştırma yöntemi takip edilerek tamamlanmıştır. Nitel araştırma yönteminde, kişilerin oluşturdukları anlamların kavranması ve süreci nasıl deneyimlediklerinin belirlenmesi esastır. Bu araştırmada da özel okullarda çalışan öğretmenlerin sessiz istifa ile ilgili görüş ve deneyimleri yorumlamacı bir bakış açısıyla incelenmeye çalışıldığı için temel nitel araştırma deseni (Merriam ve Tisdell, 2016) benimsenmiştir. Eğitim araştırmalarında yaygın olarak kullanılan temel nitel araştırma deseninde öncelikli

amaç kişilerin odaklanılan olgu, olay ya da konuyu nasıl anlamlandırdıklarını açığa çıkarmak ve yorumlamaktır (Merriam ve Tisdell, 2016).

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunun belirlenmesinde ölçüt örnekleme (Patton, 2014) tekniği kullanılmıştır. Bu örnekleme stratejisi kapsamında "özel okulda çalışıyor olmak" ölçüt olarak belirlenmiştir. Buna göre hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu Google Docs'ta düzenlenmiş ve formun bağlantısı A Bölgesinde yer alan bir ildeki özel okul öğretmenlerine e-posta yoluyla duyurulmuştur. Görüşme formunu sadece gönüllü olan öğretmenler doldurmuştur. Toplamda 80 kişiye e-posta gönderilmiş, 30 kişi dönüş yapmıştır. Dönüş yapan 30 formun 3'ünde sorulara verilen cevaplar kısa ve yetersiz olduğundan analize dâhil edilmemiştir. Geriye kalan 27 kişinin 6'sı kendisinde sessiz istifa davranışı gözlemediğini belirtmiştir. Araştırmanın birinci alt amacına yönelik analizler 21 kişinin görüşleri ile yapılmıştır. Araştırmanın ikinci alt amacına cevap veren 27 katılımcının tamamı meslektaşlarında sessiz istifa davranışı gözlediğini belirtmiştir. İkinci alt amaca yönelik analizler 27 kişinin görüşleri ile yapılmıştır. Katılımcılar Ö1, Ö2, Ö3… şeklinde kodlanmıştır. Kodlama gösterimleri (Kod, Cinsiyet, Kıdem) şeklinde kullanılmıştır. Tablo 1'de katılımcılarla ilgili demografik bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 1. *Katılımcıların Demografik Bilgileri*

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Kıdem	Eğitim Düzeyi
Ö1	Kadın	28	4	Yüksek Lisans
Ö2	Erkek	25	1	Yüksek Lisans
Ö3	Kadın	32	5	Yüksek Lisans
Ö4	Kadın	29	5	Yüksek Lisans
Ö5	Erkek	33	5	Doktora
Ö6	Kadın	35	8	Yüksek Lisans
Ö7	Kadın	28	6	Lisans
Ö8	Kadın	29	6	Yüksek Lisans
Ö9	Kadın	24	2	Lisans
Ö10	Kadın	41	8	Lisans
Ö11	Kadın	31	7	Lisans
Ö12	Erkek	27	4	Lisans
Ö13	Kadın	33	9	Lisans
Ö14	Kadın	25	3	Lisans
Ö15	Kadın	32	8	Lisans
Ö16	Kadın	26	2	Lisans
Ö17	Kadın	30	8	Yüksek Lisans
Ö18	Kadın	27	4	Yüksek Lisans
Ö19	Erkek	34	12	Yüksek Lisans
Ö20	Kadın	42	12	Lisans
Ö21	Kadın	24	2	Lisans
Ö22	Erkek	30	5	Lisans
Ö23	Kadın	23	2	Yüksek Lisans
Ö24	Erkek	40	15	Lisans
Ö25	Erkek	33	9	Yüksek Lisans
Ö26	Kadın	39	16	Lisans
Ö27	Kadın	25	4	Lisans

Tablo 1'de de görüldüğü gibi katılımcıların 20'si kadın, 7'si erkektir; yaşları 23 ile 42 arasında; kıdemleri 1 ile 16 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların 15'i lisans, 11'i yüksek lisans, 1'i doktora mezunudur.

Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış bir görüşme formu ile toplanmıştır. Görüşme formunun geliştirilmesi sürecinde eğitim örgütlerinde daha önce yapılmış çeşitli araştırmalar (Özen vd., 2024; Yılmaz vd., 2024; Yücedağlar vd., 2024) incelenmiştir. İncelemeler sonucunda bir taslak form hazırlanmıştır. Hazırlanan form eğitim yönetimi alanından ve ölçme değerlendirme alanından ikişer alan uzmanına incelettirilmiş ve alınan önerilere göre gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Düzenlemeler sonrasında formda cinsiyet, yaş, kıdem ve eğitim düzeyi gibi bazı kişisel bilgilerinin yanı sıra dört adet açık uçlu soruya yer verilmiştir:

1. Yukarıdaki tanımdan yola çıkarak kendinizde sessiz istifa davranışını gözlemliyor musunuz? Gözlemliyorsanız bu davranışlar nelerdir, açıklar mısınız?
2. Yukarıdaki tanımdan yola çıkarak kurumunuzdaki diğer meslektaşlarınızda sessiz istifa davranışını

gözlemliyor musunuz? Gözlemliyorsanız bu davranışlar nelerdir, açıklar mısınız?
3. Kendinizden ve kurumunuzdaki meslektaşlarınızdan yola çıkarak sizce sessiz istifaya neden olan sebepler nelerdir? Açıklar mısınız?
4. Sessiz istifa davranışını önlemek için neler yapılmalıdır?

Birinci soruda da görüldüğü üzere, katılımcıların sessiz istifa kavramını daha önce duymamış olma ihtimaline ve kavrama farklı bir anlam yüklemelerinin önünde geçmek adına görüşme formunda bir sessiz istifa tanımına yer verilmiştir. Yazarlar tarafından oluşturulan bu tanımda sessiz istifa davranışı *"kişinin çalıştığı iş karşılığında gerekli ücreti alamaması, emeğinin takdir görmemesi, çalıştığı kurumda kendini değerli hissetmemesi, emeğinin sömürüldüğünü düşünmesi vb. sebeplerle faaliyetlerini işten kovulmayacak düzeye indirgeyerek mümkün olan en az çabayla işine devam etmesi; kovulmayacak kadar çalışarak rol tanımlarının dışına çıkmadan, fazladan görev üstlenmeden işine devam etmesi"* olarak tanımlanmıştır.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde betimsel analiz (Yıldırım ve Şimşek, 2011) ve içerik analizi (Hsieh ve Shannon, 2005) kullanılmıştır. Betimsel analiz önceden belirlenmiş bir çerçeveye bağlı olarak nitel verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve tanımlanan bulguların yorumlanması adımlarını içeren analiz yaklaşımıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). İçerik analizi ise, temaların, kategorilerin ve bunların adlarının verilerden akmasına izin veren bir yöntemdir. İçerik analizinde bu yaklaşımın avantajı, önyargılı kategoriler veya kuramsal bakış açıları yerine katılımcılardan doğrudan bilgi elde edilmesidir (Hsieh ve Shannon, 2005). İçerik analizi kısmının birinci aşamasında, görüşme formunda yer alan sorulardan hareketle veri analizi için bir çerçeve oluşturulmuştur. Bu yolla görüşme formu soruları tema olarak kullanılmış ve verilerin hangi temalar altında düzenleneceği ve sunulacağı belirlenmiştir. İkinci aşamada, oluşturulmuş olan çerçeveye dayalı olarak veriler okunmuş ve düzenlenmiştir. Bu aşamada verilerin anlamlı ve mantıklı bir şekilde bir araya getirilmesine çalışılmıştır. Üçüncü aşamada, düzenlenmiş olan veriler tanımlanmış ve gerekli yerlerde doğrudan alıntılara başvurulmuştur. Dördüncü aşamada ise tanımlamış olan bulgular ilişkilendirilmiş ve açıklanmıştır. Analizler için herhangi bir program kullanılmamış, manuel olarak yapılmıştır.

Araştırma sürecinin geçerliğini sağlamak için katılımcıların görüşlerinden doğrudan alıntılar yapılmış ve sonuçlar bunlara dayalı olarak açıklanmıştır. Güvenirlik için araştırma süreci ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Araştırmanın inandırıcılığı kapsamında yapılan çalışmalara aşağıda yer verilmiştir:

- Çalışma sırasında elde edilen veriler birbirleriyle karşılaştırılmış ve yorumlanmıştır.
- Aktarılabilirlik için veri analizi sonucu elde edilen kategorilerde katılımcıların ifadelerinden doğrudan alıntılar yapılmıştır.
- Tutarlılık için araştırma konusunda bilgiye sahip olan ve nitel araştırma konusunda uzman olan birer araştırmacıdan bu araştırmayı incelemeleri istenmiş, onların öneri ve eleştirileri dikkate alınmıştır.
- Teyit edilebilirlik için araştırmanın başından sonuna kadar yapılan tüm veriler saklanmış ve gerektiğinde incelemeye sunulmak üzere muhafaza edilmiştir.

Bulgular

Katılımcıların görüşleri "kendilerinde gözledikleri sessiz istifa davranışları, meslektaşlarında gözledikleri sessiz istifa davranışları, katılımcıların sessiz istifaya yönelmesinin nedenleri ve katılımcıların sessiz istifayı önlemek için önerileri" başlıkları altında sunulmuştur.

Katılımcıların Kendilerinde Gözledikleri Sessiz İstifa Davranışları

Katılımcıların kendilerinde gözlediği sessiz istifa davranışları ile ilgili bulgulara Tablo 2'de yer verilmiştir. Analiz edilen ve aşağıda yer verilen görüşler kendilerinde sessiz istifa davranışı gözleyen 21 katılımcının görüşleridir.

Tablo 2. *Katılımcıların Kendilerinde Gözledikleri Sessiz İstifa Davranışları İle İlgili Görüşleri*

Tema	Cevap / Kodlar	f
Sessiz İstifanın Var Olma Durumu (f=27)	Evet	21
	Hayır	6
Performans Sorunları (f=13)	Asgari performans sergileme	6
	Özensiz çalışma	4
	İşi okul ile sınırlama	3
Motivasyon Sorunları (f=4)	Düşük motivasyon	4

Tablo 2'de de görüldüğü üzere katılımcıların büyük bir çoğunluğu (f=21) sessiz istifa davranışları sergilediğini belirtmiştir:

Evet, kendimde bunu gözlemliyorum. Yapabilecek potansiyelim olmasına rağmen ekstra olan hiçbir şeyi yapmak içimden gelmiyor. (Ö11, Kadın, 7)

İşime ve işverenime karşı yükümlülüklerim olduğunun farkındayım ama ister istemez bende de yoğun bir şekilde iş yapmama isteği ve mutsuzluk hâkim. (Ö24, Erkek, 15)

Sessiz istifa davranışı sergilemediğini belirten bir katılımcı *"bu durumu yaşamadığını, işini sevdiğini, her ne kadar emeğinin karşılığını ücret olarak alamasa da bu durumun işine engel olmadığını (Ö6, Kadın, 8)"* ifade ederken başka bir katılımcı *"kendisinde sessiz istifa davranışı gözlemlemediğini, maddi kaygıdan dolayı işten çıkarılmamak adına gereğinden fazla şekilde çalışma gösterdiğini (Ö7, Kadın, 6)"* belirtmiştir. Bu soruya sadece dört katılımcı (Ö10, Ö15, Ö23, Ö27) doğrudan "kendimde sessiz istifa davranışı gözlemlemiyorum" yanıtını vermiştir.

Sessiz istifa davranışları sergilediğini belirten katılımcıların sergilediği sessiz istifa davranışları "performans sorunları (f=13) ve motivasyon sorunları (f=4)" temaları altında toplanmıştır. Katılımcılar performans sorunları (f=13) temasında *"asgari performans sergileme (f=6), özensiz çalışma (f=4) ve işi okul ile sınırlama (f=3)"* davranışlarına vurgu yapmıştır. Katılımcılar, asgari performans sergileme (f=6) alt teması ile ilgili olarak aşağıdaki ifadeleri belirtmiştir:

Gerekli sorumluluklarımın dışına çıkmıyordum. Bir süre boyunca gereğinden fazla olan hiçbir şey yapmadım. Yaptığım zaman kendimi kullanılmış hissettiğim için de vicdanen oldukça rahattım. (Ö4, Kadın, 5)

…mesleğimin temel gerekleri ne ise onu yapmaya, çocukları mağdur etmeyecek biçimde yapmam gereken her şeyi yapmaya başladım. Yaptıklarımın üzerine koyarak ilerlemekten vazgeçerek, yapılabileceklerden ziyade yapılması gerekenlere odaklandım. (Ö18, Kadın, 4)

Gerekli sorumluluklarımın dışına çıkmıyordum. Bir süre boyunca gereğinden fazla olan hiçbir şey yapmadım. (Ö22, Erkek, 5)

Düşük performansın göstergelerinden biri olarak değerlendirilebilecek davranışlardan biri de özensiz çalışma (f=4) davranışıdır ve bu davranış biçimi sessiz istifa davranışlarından biri olarak aşağıdaki gibi ifade edilmiştir:

…bana verilen süreyi geçirmeyecek şekilde, ayrıntılara çok dikkat etmeden veya çok itina göstermeden yapmış olmak için yapıyorum… Buna defter doldurmak da dâhil, tören hazırlıkları da dâhil. (Ö8, Kadın, 6)

Örneğin disiplin davranışlarını görmezden gelme, yazılı sorularında kolaylıklar sağlama ve öğrenciye verilen gereğinden fazla boş ders. (Ö11, Kadın, 7)

Düşük performansın göstergelerinden biri olarak değerlendirilebilecek davranışlardan biri de işi okul ile sınırlama (f=3) ve bu davranış biçimi sessiz istifa davranışlarından biri olarak ifade edilmiştir:

Aldığım ücretin tatmin etmemesi sebebiyle iş ders saatleri dışında kendime ait işlerle vaktimi değerlendiriyorum. Ders dışında okulda zaman geçirmemeye çalışıyorum. (Ö5, Erkek, 5)

Önceden mesai bitiminde dahi çocuklarımla ilgilenirken şimdi mesai bitiminde telefonumu kapatıp sorun oluşursa ertesi güne bırakıyorum. (Ö13, Kadın, 9)

Motivasyon sorunları (f=4) temasında katılımcılar genel olarak öğretmenlerin motivasyonundaki düşüşe (f=4) vurgu yapmıştır:

İlk başladığımda işe çok istekli olsam da zorunlu kılınarak bazı işlere, görevlere ya da toplantılara katılma mecburiyeti işe olan iştahımı kaçırıyor. Mesaimin biteceği saati sabırsızlıkla bekliyorum. (Ö1, Kadın, 4)

İsteksiz çalışma, fazla mesai saatlerinin vermiş olduğu stres, gerginlik, yorgunluk, tükenmişlik sendromu vb. (Ö26, Kadın, 16)

Katılımcıların Meslektaşlarında Gözledikleri Sessiz İstifa Davranışları

Katılımcıların meslektaşlarında gözledikleri sessiz istifa davranışları ile ilgili bulgulara Tablo 3'te yer verilmiştir. Analiz edilen ve aşağıda yer verilen görüşler meslektaşlarında sessiz istifa davranışı gözleyen 27 katılımcının görüşleridir.

Tablo 3. *Katılımcıların Meslektaşlarında Gözledikleri Sessiz İstifa Davranışları İle İlgili Görüşleri*

Tema	Cevap / Kodlar	f
Sessiz İstifanın Var Olma Durumu (f=27)	Evet	27
	Hayır	0
Performans sorunları (f=21)	Asgari performans sergileme	13
	Özensiz çalışma	8
Motivasyon sorunları (f=17)	Düşük motivasyon	15
	Değersiz hissetme	2

Tablo 3'te de görüldüğü gibi katılımcıların tamamı (f=27) meslektaşlarının da sessiz istifa davranışlarını sergilediğini belirtmiştir. Çalıştığı kurumda sessiz istifa davranışı gözlemeyen katılımcı yoktur. Ancak bir katılımcı *"kendi kurumunda bu davranışları gözlemlemediğini, daha önceki çalıştığı kurumlarda bazı çalışanlarda fark ettiğini (Ö6, Kadın, 8)"* ifade etmiştir. Meslektaşlarında sessiz istifa davranışı gözlemleyen katılımcılar bu durumu aşağıdaki ifade etmiştir:

Genel olarak herkesin aynı durumda olduğunu düşünüyorum. Önemi kendi hayatlarımıza vermekte haklı olduğumuzu düşünüyorum. (Ö5, Erkek, 5)

Evet, kurumdaki pek çok meslektaşımda bu durumu gözlemliyorum. (Ö18, Kadın, 4)

Özel sektör artık tamamen böyle insanlardan oluşuyor. (Ö19, Erkek, 12)

Meslektaşlarının da sessiz istifa davranışları sergilediğini belirten katılımcıların görüşleri "performans (f=21) sorunları ve motivasyon sorunları (f=17)" temalarında toplanmıştır. Katılımcıların kendilerinde gözlediği sessiz istifa davranışları ile meslektaşlarında gözlediği sessiz istifa davranışları benzerlik göstermektedir. Katılımcılar meslektaşlarında gözlediği performans sorunları (f=21) ile ilgili olarak en çok "asgari performans sergileme (f=13)" davranışına vurgu yapmıştır:

İşten kovulmayacak kadar çalışıyorlar. Fazladan görev üstlenmeden işlerine devam ediyorlar. (Ö2, Erkek, 1)

…sorumluluğu dâhilinde olan işi başka birinin üstlenmesini sağlama, sadece kendi işini takip etme ekip çalışmasından kaçınma… (Ö7, Kadın, 6)

Ekstra olan hiçbir şeyi yapmak istemiyoruz. Mümkün olduğunca izin alıp ortamdan uzaklaşmaya çalışıyoruz. (Ö13, Kadın, 9)

İşi sadece mecburiyet gereği yapmak, çocuklarla yapılabilecek ekstra etkinliği yük olarak görmek… (Ö18, Kadın, 4)

Öğretmenler minimum düzeyde yorulmaya çalışıyor. (Ö22, Erkek, 5)

Performans sorunları ile ilgili davranış biçimlerinden biri de özensiz çalışma (f=8) davranışıdır. Katılımcılar bu görüşlerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

Raporları yüzeysel doldurma… (Ö7, Kadın, 6)

…davranış problemlerine inmeme… (Ö15, Kadın, 8)

…yapılması gereken evrak işlerini alelade doldurmak ve çoğu etkinlik için "mış gibi yapmak" sessiz istifa olarak tanımayabileceğim davranışlar. (Ö18, Kadın, 4)

Motivasyon sorunları (f=17) temasında ortaya çıkan en önemli davranış biçimi düşük motivasyon (f=15) olarak belirlenmiştir:

Bu şartlar altında da mesleki doyuma ulaşmaya çalışmak hayalperestlikten öteye geçemiyor. (Ö4, Kadın, 5)

Artık bıkmış zoraki derse gelen öğretmenler çoğalmıştı. (Ö9, Kadın, 2)

Hevessizlik diz boyu. Motivasyonları olmadığı için… (Ö10, Kadın, 8)

Çevremdeki birçok kişi de tıpkı benim gibi. İsteksiz ve gönülsüz. (Ö11, Kadın, 7)

Motivasyon sorunları temasında belirlenen alt temalardan ve davranış biçimlerinden biri de öğretmenlerin kendilerini değersiz hissetmedir (f=2). Katılımcılar bu davranış biçimini aşağıdaki gibi

örneklendirmiştir:

…değersiz hissetme duygusunu gözlemliyorum. (Ö16, Kadın, 2)

İstisnasız her çalışma arkadaşım bu değersizlik duygusundan dolayı… (Ö21, Erkek, 2)

Katılımcıların Sessiz İstifa Davranışlarının Sebepleri İle İlgili Görüşleri

Katılımcıların sessiz istifa davranışının sebepleri ile ilgili görüşlerine Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4. *Katılımcıların Sessiz İstifa Davranışlarının Sebepleri İle İlgili Görüşleri*

Tema	Kodlar	f
Ücret-Çalışma Koşulları (f=51)	Düşük maaş	21
	Fazla iş yükü	13
	Emek sömürüsü	9
	Enflasyon-ekonomik sıkıntılar	5
	Özlük haklarında mağduriyet	3
Yönetsel-İletişimsel Sorunlar (f=34)	Yönetici davranışları	12
	Adaletsiz uygulamalar	10
	Takdir-değer görmeme	9
	Gruplaşmalar	3
Özel Okul Mantığı İle İlgili Sorunlar (f=22)	Veli-öğrenci egemenliği	12
	İşletme mantığı	6
	Sözleşmenin tehdit unsuru olarak kullanılması	4
Eğitim Sistemi İle İlgili Sorunlar (f=6)	Mesleki itibarsızlık	6

Katılımcıların sessiz istifa davranışlarının sebepleri ile ilgili görüşleri *"ücret-çalışma koşulları (f=51), yönetsel-iletişimsel sorunlar (f=34), özel okul mantığı ile ilgili sorunlar (f=22) ve eğitim sistemi ile ilgili sorunlar (f=6)"* temalarında toplanmıştır. Ücret-çalışma koşulları (f=51) temasındaki en belirgin alt tema maaşların düşük olması (f=21) ile ilgilidir:

Yaşamımı devam ettirebilmek için aldığım ücret emeğime karşı yetersizdir. (Ö2, Erkek, 1).

Aldığı maaşla sadece hayatta kalmayı başarabilen bir öğretmenin zaman içinde sessiz istifa etmemesi anormal bir durum olurdu. (Ö4, Kadın, 5)

Maaşların yetersizliği… Aldığım ücretin tatmin etmemesi sebebiyle... (Ö5, Erkek, 5)

Olması gereken ücretin alınmaması… Aldığımız ücret hiçbir şekilde tatmin etmiyor. (Ö13, Kadın, 9)

Maaş çok büyük bi etken, yaptığımız işin maddi olarak tatmin ediciliği yok. (Ö14, Kadın, 3)

Maddiyat, gerekli ücretin alınmaması, MEB maaşlarıyla özel sektör arasındaki makas açılması sebebiyle sessiz istifa davranışı gözlemliyorum. (Ö25, Erkek, 9)

Alıntılarda da görüldüğü gibi katılımcılar aldıkları maaşlardan memnun değildir. Bazı katılımcılar aldıkları maaşları *düşük* (Ö2, Ö3, Ö7, Ö8, Ö10, Ö21, Ö22), *yetersiz* (Ö5, Ö27), *çok az* (Ö20), *komik* (Ö9) gibi sıfatlarla nitelendirmiştir. Katılımcılar aldıkları maaşların düşüklüğünün yanı sıra ülkedeki yüksek enflasyonun ve ekonomik sıkıntıların da (f=5) önemli bir etken olduğunu belirtmiştir:

Geçim sıkıntısı herkesi etkiliyor… Ülke ekonomisi, hayat pahalılığı, enflasyon ortamı, gelecek kaygısı. Ekonomik sıkıntılar…(Ö24, Erkek, 15)

Ülkemizde yaşanan sosyo-ekonomik etkenler, bir ülkede ekonomi iyiye gitmiyorsa tüm yaşantımızı etkiliyor. Çok insan gücü az kazanç hayata tutunma çabası fazlasıyla etken oluyor. (Ö26, Kadın, 16)

Katılımcılar düşük maaşlara, ülkede yaşanan yüksek enflasyona ve ekonomik sıkıntılara karşın çalıştıkları kurumlarda fazla iş yükü (f=13) olduğunu belirtmiştir:

Fazladan iş yükü. 7/24 çalışma prensibi. İş yerinin düşük ücret maksimum performans isteği. (Ö2, Erkek, 1)

İş tanımım dışında veya ilgisiz işler yapmak zorunda kaldığımı düşünüyordum. Olmak istemediğim yerde veya zamanda bir iş yüküyle karşılaşıyordum. (Ö3, Kadın, 5)

Az kişiyle, az maliyetle çok iş halletmeye çalışmak ve tam performans beklenmesi. (Ö18, Kadın, 4)

Yaptığım işlerin hep daha fazlasının talep edildiği bir ortamda çalışıyorum. Fazladan yaptığım şeyler takdir edilmek yerine fazlasına üzerime yıkılarak yüküm arttırılıyor. (Ö19, Erkek, 12)

Kimi kurumda mesleki tanım dışında çalışana çok fazla iş yükü veriliyor. Üstelik karşılığını alamadan yapıyorlar işlerini. (Ö27, Kadın, 4)

Katılımcılar bu alt temada genel olarak "*çok fazla iş yükü olduğuna* (Ö1, Ö2, Ö8, Ö13, Ö20); *iş tanımı haricinde ek işler yaptıklarına* (Ö3, Ö7, Ö17, Ö27); *uzun çalışma saatlerine* (Ö2, Ö3, Ö8, Ö26)" vurgu yapmıştır. Bir katılımcı "*öğretmenlerden beklentinin çok fazla olduğunu ancak karşılığının verilmediğini ve bunun da çalışanlarda umutsuzluk, isteksizlik gibi duygulara neden olduğunu (Ö6, Kadın, 8)"* ifade ederek asıl sorunun emeklerinin karşılığını alamamak olduğunu ifade etmiştir. Bazı katılımcılar ise bu durumun bir emek sömürüsüne dönüştüğünü (f=9) vurgulamıştır:

Emeklerinin sömürüldüğünü her fırsatta dile getiriyorlar. (Ö2, Erkek, 1)

Kesinlikle hak ettiğim karşılığı alamamak. Ben o kadar çalışıyorum, emek veriyorum ama karşılığını alamıyorum. Belli bir noktadan sonra emeğimin sömürüldüğünü hissettim. (Ö9, Kadın, 2)

Verilen emeğin karşılığı olmaması ve sanki bu emeğin karşılığı fazlasıyla veriliyormuşçasına daha da sömürülme. (Ö11, Kadın, 7)

…emeğin karşılığının olmadığının herkes farkında, sömürücü düzen bunu tetikliyor. (Ö12, Erkek, 4)

Katılımcıların vurguladığı konulardan biri de özlük haklarında mağduriyet (f=3) alt temasında toplanmıştır. Bu alt temada katılımcılar *"maaş ödemelerinin zamanında yapılmadığını (Ö6, Kadın, 8)"* ve "*…yaptığı şeylerin maaş karşılığının olmadığını (Ö11, Kadın, 7)"* belirtmiştir. Bir katılımcı "*öğretmenlerin özlük haklarının olmamasına karşın bunun bir yaptırımının bulunmamasına (Ö16, Kadın, 2)"* vurgu yapmıştır.

Katılımcıların, özel okul öğretmenlerinin sessiz istifaya yönelmesinin nedenleri konusundaki görüşleri başlığında belirlenen ikinci tema yönetsel-iletişimsel sorunlar (f=34) ile ilgilidir. Bu temada katılımcılar en çok yönetici davranışlarına (f=12) vurgu yapmıştır:

Ayaklarımı sürüyerek okula gelirken koşa koşa evime gidiyorum. Kesinlikle ilk sebep yönetimde bulunan kişilerin tavırları. Yöneticiler bir lider gibi davranamıyorlar. (Ö1, Kadın, 4)

Yöneticilerin aşırı baskıcı tavrı öğretmenleri sessiz istifaya yönlendiriyor. (Ö4, Kadın, 5)

…yöneticilerin gönüllü olan şeyleri dahi görevimmişçesine dikte etmesi… yöneticinin bir liderden ziyade patron oluşu sessiz istifa sürecinin destekleyicisi olmuş bir halde. (Ö11, Kadın, 7)

Yöneticinin patron edasında davranarak öğretmenlere kapıyı gösteren tehditvari yaklaşımı. (Ö18, Kadın, 4)

Yukarıdaki alıntıların dışında katılımcılar *"yönetici baskısı (Ö6, Kadın, 8), mobbing (Ö15, Kadın, 8) ve kötü yönetim (Ö8, Kadın, 6; Ö20, Kadın, 12)"* gibi konulara da vurgu yapmıştır. Bu vurgularla ve yönetici tavrı ile de ilgili olabilecek diğer alt tema ise adaletsiz uygulamalar (f=10) alt temasıdır. Katılımcılar bu alt tema ile ilgili olarak şu ifadeleri belirtmiştir:

Bir grup öğretmenle iyi olup bir grup öğretmenle kötü olmaları elbette ki dikkat çekiyor. (Ö1, Kadın, 4)

Yöneticinin adaletli davranmaması, çalışanlar arasında adaletin gözetilmemesi bu çalışanları daha isteksiz hale getirmektedir. (Ö6, Kadın, 8)

Kişiler arası eşitsizlikler, kurumdaki kayırmacı davranışlar… (Ö11, Kadın, 7)

Kişiler arası eşitsizlik çok baskın. (Ö20, Kadın, 12)

Katılımcıların bu alt temadaki vurguları genel olarak *adaletsiz uygulamalar (Ö6, Kadın, 8; Ö9, Kadın, 2; Ö16, Kadın, 2; Ö18, Kadın, 4; Ö19, Erkek, 12), eşitliğe aykırı uygulamalar (Ö15, Kadın, 8; Ö12, Erkek, 4) ve kayırmacı davranışlar (Ö1, Kadın, 4; Ö11, Kadın, 7; Ö20, Kadın, 12)* konularında yoğunlaşmıştır.

Katılımcıların görüşleriyle oluşan bir sonraki alt tema ise takdir-değer görmeme (f=9) ile ilgilidir. Katılımcılar şu görüşleri ifade etmiştir:

Şu anda yaptığım ekstra şeyler kıymet görmediği ve karşılık bulamadığı için her geçen gün daha da azalıyor. (Ö11, Kadın, 7)

Yapılan emeğinin görülmemesi ve takdir edilmemesinden kaynaklı bu davranışın görülme olasılığını arttırıyor. (Ö15, Kadın, 8)

Kurum için yaptığım fedakârlıkların görmezden gelinmesi. …zamanla ne kadar çalışsam da verilen emeğin göze görünmemesi… (Ö18, Kadın, 4)

Benim için en büyük sebep takdir görmemek olurdu. Ardından önerilerimin hiçbir şekilde dikkate alınmaması, çalışma ortamında yok sayılma sebepleri gelirdi. (Ö22, Erkek, 5)

Katılımcılar ayrıca öğretmenler arasında bazı gruplaşmaların olduğunu da (f=3) ifade etmiştir. Bir katılımcı *"…kurumdaki kişilerle uyuşmayan dini/siyasi fikirlerin, o kişinin ötekileştirilmesine sebep olduğunu, belli grupların ve çatışmaların olmasının da bu davranışın (sessiz istifanın) sebeplerinden olabileceğini (Ö19, Erkek, 12)"* dile getirmiştir.

Özel okul öğretmenlerinin sessiz istifaya yönelmesinin nedenleri konusunda katılımcı görüşlerinden biri de özel okul mantığı ile ilgili sorunlar (f=22) temasında toplanmıştır. Bu temada en çok vurgu özel okullardaki veli-öğrenci egemenliği (f=12) konusuna yapılmıştır. Katılımcılar bu alt temadaki görüşlerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

Okul yönetimi velilerini yani müşterilerini memnun edebilmek için sistematik olarak öğretmenlere yükleniyor. Öğrenci, öğretmeni satın aldığını hissetmemeli. Bu öğretmenlik mesleğinin saygınlığını azaltan en önemli faktörlerden biri. (Ö4, Kadın, 5)

Veli müşteri olarak görülmesi ve ne olursa olsun onların haklı bulunması. (Ö12, Erkek, 4)

Velilere iyi görünmek adına sürekli öğrencileri fazladan birebir derslere almak, ders saatlerinin fazla olması. (Ö13, Kadın, 9)

Veliler öğretmenlerin üzerinde çok büyük bir baskı oluşturuyor. İdare de bunun önüne geçmek yerine velilere güç veriyor. (Ö19, Erkek, 12)

Bu temadaki ikinci önemli görüş özel okullardaki işletme mantığı (f=6) ile ilgilidir. Katılımcılar bu alt temada şu görüşleri ifade etmiştir:

Okul sahiplerinin birçoğu eğitimci değil. Doğal olarak sahip olduğu okulları, eğitim yuvası olarak değil iş yeri olarak öğretmenleri de öğretici olarak değil işçi olarak görüyorlar. Okul yönetimi velilerini yani müşterilerini memnun edebilmek için sistematik olarak öğretmenlere yükleniyor. (Ö4, Kadın, 5)

…ticari amaç güderek öğrenci ya da veli ile yaşanan olumsuz durumda öğretmene destek olunmaması taraflı davranılması. (Ö7, Kadın, 6)

Personeli yalnızca kendisi için bir işgücü olarak görmesi. İnsandan ziyade maddeye verdiği ekstra önem. (Ö11, Kadın, 7)

...öğrencinin para karşılığı bir hizmet almasından dolayı kurumun ticari kaygılarının öğretmeni susturması. (Ö16, Kadın, 2)

Katılımcıların bu temada belirttiği üçüncü önemli görüş sözleşmenin tehdit unsuru olarak kullanılması (f=4) ile ilgilidir:

Patronlar her an diken üstünde olmamızı istiyor, bunun ne kadar rahatsız edici olduğunun asla farkında değiller. (Ö11) …her an işine son verilebilir şeklindeki patron tavrı. (Ö11, Kadın, 7)

Haziran ayına kadar sözleşme imzalanıp imzalanmayacağı öğretmene bildirilmeyip mağdur olmasına sebep olunması. (Ö12, Erkek, 4)

Sürekli işimden olabilirim kaygısı var. (Ö19, Erkek, 12)

Öğretmenlerin sessiz istifaya yönelmesinin nedenleri konusunda katılımcı görüşlerinden sonuncusu eğitim sistemi ile ilgili sorunlar (f=6) temasında toplanmıştır. Bu temada katılımcılar genel olarak öğretmenlik mesleğinin mesleki itibarının düşmesine (f=6) vurgu yapmıştır:

Yapılandırmacılığı yanlış anlayan yönetim şekli öğretmenlik mesleğini itibarsızlaştırdı. Öğretmenler saygınlığını hem yapılan muamelelerle hem de aldıkları ücretlerle kaybettiler. (Ö4, Kadın, 5)

Çevremdeki kişiler için de bu böyle verilen emeğin karşılığının olmadığının herkes farkında, sömürücü düzen bunu tetikliyor. Öğretmen itibarı yerlerde. (Ö12, Erkek, 4)

Hak edilen saygıyı görmemek… (Ö23, Kadın, 2)

Katılımcıların Sessiz İstifa Davranışının Önlenmesi İçin Yaptıkları Öneriler

Araştırma kapsamında katılımcılara sessiz istifa davranışının önlenmesi için neler yapılması gerektiği ile ilgili görüşleri de sorulmuştur. Katılımcıların sessiz istifa davranışının önlenmesi için yaptıkları önerilere Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5. *Katılımcıların Sessiz İstifa Davranışının Önlenmesi İçin Yaptıkları Öneriler*

Tema	Kodlar	f
Çalışma Koşulları İle İlgili Öneriler (f=35)	Özlük haklarının iyileştirilmesi	18
	Çalışma şartlarının iyileştirilmesi	11
	Çalışma ortamının iyileştirilmesi	6
Örgütsel-Yönetsel Öneriler (f=20)	Öğretmen güçlendirme	12
	Liyakatli yöneticiler seçilmesi	4
	Örgütsel adalet	4

Katılımcıların sessiz istifanın önlenmesi ile ilgili önerileri *"çalışma koşulları ile ilgili öneriler (f=35) ve örgütsel-yönetsel öneriler (f=20)"* temalarında toplanmıştır. Katılımcılar çalışma koşulları ile ilgili öneriler (f=35) temasında en çok özlük haklarının iyileştirilmesi (f=18) ile ilgili önerilere yer vermiştir. Bu öneriler arasında en önemli vurgu maaşların kamuda çalışan öğretmenlerle eşitlenmesine (f=8) yapılmıştır:

Özel sektörde de öğretmen maaşları net bir maaşı bulmalı. Hiçbir kurum belli bir ders saati ücreti altında öğretmen çalıştırmamalı. Ve bu gerekli yerler tarafından düzenli kontrol edilmeli. (Ö9, Kadın, 2)

Devlette çalışan öğretmenler ile şartlar eşitlenmeli. Bir tarafta asgari ücretin bile altında çalışan öğretmen varken diğer tarafta onun üç katına çalışan öğretmen olmamalı. Taban maaş uygulaması geçerli olmalı ve takibi yapılmalı. (Ö11, Kadın, 7)

Özel okullar genelinde taban maaşı uygulaması yapılmalı. Açlık sınırı altında maaşlara çalışılmak zorunda bırakılmamalı. (Ö12, Erkek, 4)

Maaş devletteki öğretmenle eşitlenmeli. (Ö19, Erkek, 12)

Özlük haklarının iyileştirilmesi ile ilgili ikinci önemli vurgu ise maaşların artırılmasına (f=6) yapılmıştır:

Çalışma şartlarının ve maaşların düzenlenmesi gerekir. Evin geçim derdini düşünerek hayat stresi ile boğuşarak kafamız rahat bir şekilde derslere giremiyoruz. (Ö1, Kadın, 4)

Çalışanlar hak ettikleri ücreti alarak bu davranış önlenebilir. Hakları genişletilmelidir. Kişi özlük haklarından mahrum kalmamalıdır. (Ö2, Erkek, 1)

Hak ettikleri ücreti ve değeri aldıkları takdirde önleneceğini düşünüyorum. (Ö10, Kadın, 8)

…maaşlarının hak edilen miktarda olmasını isterim. Hiçbir emek karşılıksız bırakılmamalıdır. (Ö21, Kadın, 2)

Özlük haklarının iyileştirilmesi ile ilgili diğer vurgular *ücretlerin zamanında ödenmesine* (f=2) *ve yaşam standartlarını yükseltilmesine* (f=2) yapılmıştır.

Çalışma koşulları ile ilgili bir diğer öneri de çalışma şartlarının iyileştirilmesi (f=11) ile ilgilidir. Bu alt temada katılımcılar genel olarak *"çalışma saatlerinin düzenlenmesine, iş yükünün daha adil bir şekilde dağıtılmasına, yapılan tüm ekstra çalışmaların bir karşılığının olmasına"* vurgu yapmıştır. Katılımcılar bu alt temada şu görüşleri ifade etmiştir:

Çalışma saatleri düzenlenmeli. Bir öğretmenin günde on, on bir saat derse girmesi insani çalışma koşullarına uygun değil. (Ö4, Kadın, 5)

…mesai saati kapsamında çalışma beklenmeli. (Ö7, Kadın, 6)

Öncelikle çalışma şartları düzenlenmeli, iş yükü daha adil şekilde bölüştürülmeli. (Ö8, Kadın, 6)

Gerekirse eksik kalan kişi sayısını arttırmak veya tek kişinin üzerine düşen iş yükünü azaltmak, çalışanların sessiz istifa etmesini önleyebilir. (Ö27, Kadın, 4)

Katılımcıların çalışma koşulları teması ile ilgili bir diğer önerisi de çalışma ortamının iyileştirilmesi (f=6) ile ilgilidir. Katılımcılar bu alt temada şu görüşleri ifade etmiştir:

Çalışma ortamında sevgi, güler yüz ve hoş görünün hâkim olması. (Ö6, Kadın, 8)

Kurum içerisinde sağlıklı bir ortamın olması… (Ö16, Kadın, 2)

…öğretmenin sağlıklı bir çalışma ortamına kavuşması için yeterli imkânların sağlanması bu davranışı önlemeye yardımcı olabilir. (Ö18, Kadın, 4)

Öncelikle çalıştığınız iş yerinde huzur çok önemlidir, huzur varsa çalışmak çok zor gelmiyor. (Ö26, Kadın, 16)

Katılımcıların örgütsel-yönetsel öneriler (f=20) temasında verdiği cevaplar genel olarak öğretmen güçlendirme (f=12) alt temasında yoğunlaşmıştır:

Veli beklentisine yönelik değil öğretmen ve öğrenci potansiyeline göre eğitim verilmeli. (Ö7, Kadın, 6)

Yönetimin öğretmenlerin sınıf yönetimine karışmaması sağlanabilir. (Ö13, Kadın, 9)

…öğretmenlerin mağdur olabileceği durumlarda kurum müdürü tarafından korunması ve desteklenmesi bu davranışı önlemeye yardımcı olabilir. (Ö18, Kadın, 4)

Velinin öğretmenin işine karışmasının önüne geçilmeli. Öğretmen arkasında olunduğunu hissetmeli. Öğrenci notlarına müdahale edilmemeli. (Ö19, Erkek, 12)

Öğretmenin haklı olduğu konularda, sırf veliyi kaybetmemek için öğretmenin itibarsızlaştırılmaması gerek. Öğrenciye "maaşınızı biz veriyoruz" cümlesini kurdurtacak ortam sağlanmamalı. (Ö20, Kadın, 12)

Örgütsel-yönetsel öneriler temasındaki diğer öneri yöneticilerin liyakatli kişiler (f=4) arasından seçilmesi ile ilgilidir. Katılımcılar bu konuda şu görüşleri ifade etmiştir:

…okul yönetimlerine öğretmene gerçekten değer veren kişiler getirilmeli. (Ö8, Kadın, 6)

Yöneticiler nitelikli ve yeterli olmalı. Parası olan, tanıdığı olan, torpili olan kişiler değil, yetkisi, yeteneği olan kişiler kurum yöneticisi ya da müdürü olmalı. (Ö11, Kadın, 7)

Yöneticiler rastgele insanlar olmamalı, bunun eğitimini almış insanlar olmalı. İnsan psikolojisinden uzak, anlayışsız kişiler yönetici konumunda olmamalı. (Ö19, Erkek, 12)

Katılımcıların örgütsel-yönetsel öneriler (f=20) temasındaki bir diğer önerisi örgütsel adalet sağlanması (f=4) alt temasında toplanmıştır. Katılımcılar bu alt temada şu görüşleri belirtmiştir:

(Yönetici) ...Herkese eşit davranmalı. Psikolojik baskılar yapmamalı. Bezdirici isteklerde bulunmamalı. (Ö3, Kadın, 5)

Öncelikle kurum yöneticisinin kurumda adil bir çalışma ortamı olmasını sağlaması. …çalışanlar arasında herhangi bir görüş ya yakınlık sebebiyle ayrım yapılmaması bu davranışı önlemeye yardımcı olabilir. (Ö18, Kadın, 4)

…kişiler arası adaletsizlik olmamalı. (Ö19 Erkek, 12)

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmada özel okullarda çalışan öğretmenlerin sessiz istifa davranışı ile ilgili deneyimleri belirlenmiştir. Deneyimlerin belirlenmesi için katılımcıların kendilerinde ve meslektaşlarında gözledikleri sessiz istifa davranışları, bu davranışların sebepleri ve sessiz istifa davranışlarının önlenmesi için yapılması gerekenlerle ilgili önerileri tespit edilmiştir. Katılımcılar hem kendilerinde hem meslektaşlarında yüksek düzeyde sessiz istifa davranışı gözlemektedir. Özel okul öğretmenleri ile yapılmış araştırmalar olmasa da çeşitli araştırmalarda da (Karaman-Kepenekci vd., 2024; Konal-Memiş ve Tabancalı, 2024; Özen vd., 2024; Yılmaz, 2024b; Yılmaz vd., 2025; Yoğurtcu vd., 2024) Türkiye'deki öğretmenlerin belirgin bir sessiz istifa süreci yaşadıkları belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırma sonuçları benzerlik göstermektedir. Türkiye'de ister kamu ister özel okul öğretmeni olsun bütün kesimlerde önemli bir sessiz istida davranışı gözlenmektedir. Ancak kamu okullarında çalışan öğretmenlerin iş güvencesinin olması, özel okullarda çalışan öğretmenlerin ise belirli bir iş güvencesinin olmaması sessiz istifa davranışı ile ilgili algıyı farklılaştırabilmektedir.

Katılımcıların kendilerinde ve meslektaşlarında gözledikleri sessiz istifa davranışları genel olarak performans sorunları ve motivasyon sorunları ile ilgilidir. Yılmaz vd. (2025) tarafından yapılan araştırmada da katılımcılar sessiz istifa davranışına örnek olarak *"katkı yapmama, düşük performans sergileme, ilişkileri ve iletişimi en aza indirme, düşük motivasyon ve mesleki konulara-mesleki gelişime ilgisizlik"* gibi davranışları belirtmiştir.

Katılımcıların performans sorunları ile ilgili sessiz istifa davranışları asgari performans sergileme ve özensiz çalışma ile ilgilidir. Katılımcılar *"işten kovulmayacak kadar çalışma, ekstra bir çaba göstermeme, sorumluluklar dışına çıkmama, zorunluluklar dışında herhangi bir göreve gönüllü olmama"* gibi davranışlarla asgari performans gösterdiklerine vurgu yapmıştır. Özensiz çalışma ile ilgili olarak da genel olarak işleri yüzeysel ve alelade yapmaya vurgu yapılmıştır. Katılımcıların meslektaşlarında belirtmediği kendilerinde belirttiği sessiz istifa davranışı ise işi okul ile sınırlama şeklinde ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların kendilerinde ve meslektaşlarında motivasyon sorunları ile ilgili olarak gözlediği sessiz istifa davranışı genel olarak düşük motivasyon ile ilgilidir. Katılımcılar motivasyon düşüklüğünü meslektaşlarında daha yoğun olarak gözlemiştir. Bazı katılımcılar meslektaşları ile ilgili görüşlerini ifade ederken kendilerini de katarak belirtmiştir. Bu bağlamda katılımcıların kendileri ve meslektaşları ile ilgili görüşleri bir bütün olarak görülebilir. Öğretmenlerin meslektaşlarında motivasyon düşüklüğünün yanı sıra

kendini değersiz hissetme davranışı da gözlemişlerdir. Özen vd.'nin (2024) araştırmasına katılan öğretmenlerin %85,7'si MEB'in öğretmenlere hak ettikleri değeri vermediğini; %73,2'si ise toplumun öğretmenlere hak ettikleri değeri vermediğini düşünmektedir. Yılmaz vd. (2025) araştırmasına katılan öğretmenlerin önemli bir kısmı da öğretmenlerin kendilerini değersiz hissettiğini belirlemiştir.

Katılımcılara göre özel okul öğretmenlerinin sessiz istifa davranışlarına yönelmesinin en önemli sebebi aldıkları ücretlerle ve çalışma koşulları ile ilgilidir. Öğretmenler maaşların düşük olduğunu, iş yükünün fazla olduğunu, ülkedeki enflasyondan ve ekonomik sıkıntılardan etkilendiklerini, özlük haklarında mağduriyet yaşadıklarını ve bütün bunların bir emek sömürüsüne dönüştüğünü ifade etmiştir. Katılımcıların düşük maaş, enflasyon-ekonomik sıkıntılar ve özlük haklarında mağduriyet ile ilgili görüşleri bir arada değerlendirildiğinde sessiz istifa davranışının en önemli sebebinin ekonomik sorunlar olduğu söylenebilir. Aslında katılımcıların fazla iş yükü ve emek sömürüsü ile ilgili görüşleri de temelde emeklerinin karşılığını alamadıklarını düşünmeleri ile ilgilidir. Sonuç olarak özel okul öğretmenlerinin en önemli sessiz istifa sebebinin ekonomik olarak kendilerini rahat hissetmemeleri ile ilgilidir. Yılmaz vd.'nin (2025) araştırmasında da maaşların düşük olması en önemli sessiz istifa sebebi olarak belirlenmiştir. Özen vd.'nin (2024) araştırmasında da ekonomik koşullar önemli bir sessiz istifa sebebi olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin %80,8'i maaşlarının iyi bir geçim imkânı sağlamadığını belirtmiştir. Gün'ün (2024) analitik hiyerarşi prosesi kullandığı araştırmasına göre sessiz istifa davranışındaki en önemli kriter ekonomik faktörlerden oluşmaktadır. Ekonomik faktörlere ait kriterler arasında en yüksek orana sahip olan kriter ise ücret ve diğer özlük haklarındaki yetersizliklerdir. Bu bulgular elde edilen sonuçları desteklemektedir.

Özel okul öğretmenleri ile yapılan daha önceki araştırmalarda da maaşların-ücretlerin önemli bir sorun olduğu (Cerev ve Coşkun, 2020; Değer, 2023; Demirler, 2020; Karip, 2023; Onarıcı, 2021) ve özel okul öğretmenlerinin oldukça fazla iş yüküyle çalıştıkları (Cerev ve Coşkun, 2020; Demirler, 2020) belirlenmiştir. Türkiye'de öğretmenler, diğer meslek grupları ile karşılaştırıldığında en az maaş alan gruplardan biri haline gelmiştir. Karaman-Kepenekci vd.'nin (2024) araştırmasında göre öğretmenler yüksek oranda, işlerinin maddi ihtiyaçlarını karşılamadığını düşünmektedir. Birçok araştırmada (Atmaca, 2020; Bozbayındır, 2019) maaşların düşük olması, öğretmenlerin kendilerini değersiz hissetmelerine sebep olan unsurlar arasında önemli bir değişken olarak belirtilmiştir. Çalışanların kendini değersiz hissetmesinin sessiz istifaya sebep olduğu daha önce yapılan araştırmalarda da vurgulanmıştır (Arar, 2022; Atsan, 2023; Pevec, 2023; Thekkechangarapatt, 2023). Türkiye'de son 10 yılda yaşanan yüksek enflasyon bütün çalışanları derinden etkilemektedir. Özel okul öğretmenleri bu etkiyi daha derinden hissetmektedir. Kamu çalışanlarına yapılan düzenli maaş artışları dahi yeterli olmuyorken özel okullarda daha düşük düzeyde seyreden artışlar önemli bir sorun alanıdır. Katılımcıların, özel okul öğretmenlerinin maaşlarının kamuda çalışan öğretmenlerle eşitlenmesi yönündeki önerisi de bu görüşü doğrulamaktadır.

Özel okul öğretmenlerinin sessiz istifa davranışlarına yönelmesinin ikinci önemli nedeni çalıştıkları kurumlardaki yönetsel-iletişimsel sorunlardan kaynaklanmaktadır. Buradaki en önemli sorun yöneticilerin davranışlarından kaynaklanmaktadır. Katılımcılar, yöneticilerin davranışlarını *"tepeden bakan, baskıcı, adaletsiz, küçümseyici, had bildirici"* gibi sıfatlarla açıklamıştır. Bir katılımcı *"müdürünün emrivaki tavırlarının ve insanlar içinde küçük düşürücü söylemlerinin bu mesleğe karşı olan sevgisini tamamen bitirdiğini (Ö1, Kadın, 4)"* ifade etmiştir. Yöneticilerin sergilediği davranışların yanı sıra kurumlardaki adaletsiz uygulamalar, yıldırma (mobbing), kayırmacılık, yapılanların takdir-değer görmemesi gibi davranışlar da genel olarak yöneticilerle ve yönetim mantığı ile ilgili sorunlardır. Bu sorunlar katılımcıların çalıştığı kurumlarda önemli bir örgüt kültürü ve örgüt iklimi sorunu olduğuna işaret etmektedir. Özellikle yıldırma ve kayırmacılık gibi davranışların bir sonucu olarak ortaya çıkan öğretmenler arası gruplaşmalar uzun vadede kuruma büyük zararlar verebilecek durumlardır. Özen vd.'nin (2024) araştırmasında da yönetsel faktörler önemli bir sessiz istifa sebebi olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin %67,9'u okulda yıldırmaya maruz kaldığını; %51,4'ü görev dağılımlarında adaletsizlik olduğunu; %48,2'si ise okul yöneticilerinin okulda tehdit edici bir dil kullandığını ifade etmiştir. Yoğurtcu vd.'nin (2024) araştırmasında *yönetici davranışlarının* sessiz istifa sürecine sebep olduğu belirlenmiştir. Yılmaz vd.'nin (2025) araştırmasında da *"okul müdürlerinin adaletsiz uygulamaları, okul müdürlerinin yetersizlikleri ve okullardaki siyasal ve sendikal ayrılıklar"* birer sessiz istifa sebebi olarak belirtilmiştir.

Katılımcıların sessiz istifa sebebi olarak belirttiği üçüncü tema çalışılan kurumlardaki özel okul mantığı ile ilgilidir. Bu temada en çok vurgu yapılan konu özel okullardaki veli-öğrenci egemenliği ile ilgilidir. Öğretmenler, çalıştıkları kurumların birer işletme mantığı ile işletildiğini, velileri müşteri olarak gördüğünü,

velilere ve öğrencilere birçok taviz verildiğini, öğretmenlerin veliler ve öğrenciler karşısında ezdirildiğini belirtmiştir. Yılmaz vd.'nin (2025) araştırmasında *"eğitim sisteminde velilerin-öğrencilerin egemenliği ve öğrencilerin ve velilerinin ilgisizliği"* birer sessiz istifa sebebi olarak belirtilmiştir.

Özel okul mantığı ile ilgili son sorun bu okullarda sözleşmenin bir tehdit unsuru olarak kullanılması ile ilgilidir. Özel okullarda öğretmenler sözleşmeli olarak çalışmaktadır ve bu sözleşmeler genellikle birer yıllık dönemlerle yapılmaktadır. Öğretmenler gelecek yıl aynı okulda çalışıp çalışmayacaklarını bilmediklerini, bu belirsizliğin yönetimlerce bir tehdit unsuru olarak kullanıldığını ifade etmiştir. *İşine son verilme korkusu (Ö7, Kadın, 6)* yaşayan öğretmenler bu durumu sessiz istifa davranışına bir sebep olarak ifade etmiştir. Daha önce yapılan bazı araştırmalarda da *belirli bir meslek yasasının olmaması* (Çakılcı, 2020) ve *iş garantisi olmaması* (Çakılcı, 2020; Çimen ve Karadağ, 2020; Karip, 2023; Tarhan-Alkan, 2020) önemli birer sorun olarak belirlenmiştir.

Katılımcıların belirttiği sessiz istifa sebeplerinin sonuncusu öğretmenlik mesleğinin itibarsızlığı ile ilgilidir ve bu sorun sadece özel okullarla değil bütün eğitim sisteminde önemli bir sorundur. Türk eğitim sisteminin genelinde böyle bir sorun bulunmaktadır ve öğretmenler önemli bir itibar kaybı yaşamaktadır. Katılımcılar öğretmenlik mesleğinin itibarsızlaştırıldığını, itibarın yerlerde olduğunu ve hak edilen saygıyı görmediklerini ifade etmiştir. Özel okullardaki veli-öğrenci egemenliği ve işletme mantığı da öğretmenlerin yaşadığı itibarsızlığın sebeplerinden biridir. Özel okul sahiplerinin önemli bir kısmının eğitimci olmaması ve kâr-zarar düşüncesine dayalı anlayış özel okullardaki işletme mantığını artırmaktadır. Bu konuda katılımcılar *"…öğrencinin para karşılığı bir hizmet almasından dolayı kurumun ticari kaygılarının öğretmeni susturduğunu (Ö16, Kadın, 2); …veli odaklı hareket edildiği için öğretmenlerin fikrinin geri planda kaldığını (Ö7, Kadın, 6); öğrenciye ve veliye sonsuz rahatlık ve söz hakkı tanındığını (Ö18, Kadın, 4); velilerin ve çocukların kendinde her hakkı bulduğunu (Ö8, Kadın, 6)"* ifade etmişlerdir. Daha önce yapılan araştırmalarda da (Yılmaz vd., 2025; Yoğurtcu vd., 2024) *öğretmenlerin kendilerini değersiz hissetmesi ve takdir-değer görmediklerini düşünmesi* önemli bir sessiz istifa sebebi olarak belirtilmiştir.

Katılımcıların sessiz istifa davranışının önlemesi için yaptığı öneriler çalışma koşullarıyla ve örgütsel-yönetsel süreçlerle ilgilidir. Çalışma koşullarıyla ilgili öneriler özlük haklarının iyileştirilmesi, çalışma şartlarının iyileştirilmesi ve çalışma ortamının iyileştirilmesi ile ilgili önerilerden oluşmuştur. Önerilerin çok büyük bir çoğunluğunun özlük haklarının iyileştirilmesi ve çalışma şartlarının iyileştirilmesinden oluşması, en sessiz istifa sebebinin ekonomik koşullar ile ilgili olduğuna işaret etmektedir. Çalışma ortamının iyileştirilmesi ile ilgili öneriler ise çalışma ortamı ve örgüt kültürü ile ilgili sorunlara işaret etmektedir. Bu önerinin sebebi büyük oranda yönetici davranışlarından ve yapılanların takdir-değer görmemesinden kaynaklanmaktadır. Katılımcıların çalışma ortamı ile ilgili vurguları genelde pozitif bir örgüt iklimi oluşturulmasına yönelik önerilerden oluşmaktadır.

Sessiz istifa davranışının önlemesi amacıyla yapılan örgütsel-yönetsel öneriler ise büyük oranda öğretmenin güçlendirilmesiyle ilgilidir. Sessiz istifanın sebepleri arasında önemli bir yer tutan *"veli-öğrenci egemenliği, özel okullardaki işletme mantığı, sözleşmenin tehdit unsuru olarak kullanılması ve mesleki itibarsızlık"* gibi sebepler bu önerilerin kaynağını oluşturmaktadır. Örgütsel-yönetsel önerilerle ilgili diğer öneriler olan yöneticilerde liyakat aranması ve örgütsel adalet beklentisi de büyük oranda yönetici davranışlarından ve adaletsiz uygulamalardan kaynaklanmaktadır. Gün'ün (2024) analitik hiyerarşi prosesi kullandığı araştırmasına göre yönetsel faktörlere ait alt kriterler arasında en yüksek orana sahip olan kriter personel güçlendirme konusundaki eksiklikler ile ilgilidir. Bu kriteri sırası ile örgütsel güven ve adalet algısı, yönetim tarafından desteklenmeme, çalışan başarısının takdir edilmemesi izlemektedir. Mevcut araştırmada öğretmen güçlendirme, yöneticilerde liyakat aranması ve örgütsel adalet ile ilgili öneriler yapılması elde edilen sonuçları doğrulamaktadır.

Katılımcıların örgütsel-yönetsel öneriler temasında vurgu yaptığı konular olan *"öğretmen güçlendirme, yöneticilerin liyakatli kişiler arasından seçilmesi ve örgütsel adalet sağlanması"* ile ilgili öneriler bir arada değerlendirildiğinde aslında temel sorunun yöneticilerin yeterlikleri ile ilgili olduğu ileri sürülebilir. Bir katılımcı bu durumu *"kesinlikle idarecilerin bu konuda (eğitim-okul yöneticiliği) eğitilmesi gerekir (Ö1, Kadın, 4)"* şeklinde ifade etmiştir. Yönetsel-iletişimsel sorunlar temasında yer alan sorunların önemli bir kısmının yöneticilerin davranışlarından, öğretmenlerin yaptıklarının takdir-değer görmemesinden, adaletsiz uygulamalardan ve bu uygulamaların bazı gruplaşmalara sebep olmasından kaynaklaması da bu görüşü doğrular niteliktedir. Yoğurtcu vd.'nin (2024) araştırmasında da öğretmenlerin sessiz istifayı önlemeye yönelik önerileri arasında yöneticinin seçimine dikkat edilmesi önemli bir öneri olarak belirtilmiştir. Bu sonuçlar Türk eğitim sisteminde liyakatli ve nitelikli yöneticilerin seçilmesi ve atanması ile ilgili önemli bir

sorun olduğuna işaret etmektedir. Bu sorun hem kamu okullarında hem özel okullarda yapılan araştırmalarda sorun olarak ifade edilmiştir. Yılmaz'ın (2015) bir eğitim politikası sorunsalı olarak nitelediği yönetici seçme ve atama konusu önemli bir sorun olarak devam etmektedir. Türk eğitim sisteminde liyakatli ve nitelikli yöneticilerin seçilmesi ve atanması ile ilgili önemli ve dikkatli adımlar atılması gerekmektedir. Sonuç olarak özel okul öğretmenlerinde gözlenen sessiz istifa davranışının çözülmesinde öncelikli olarak eğitim sisteminden kaynaklanan bazı sorunları çözülmesi gerekmektedir. Örneğin özel okul öğretmenlerinin maaşları ile düzenlemelerin MEB tarafından yapılması ve bu konunun denetlenmesi önemli bir adımdır.

Etik Beyan

"Özel Okul Öğretmenlerinin Sessiz İstifa Deneyimleri: Nitel Bir Araştırma" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli olan etik kurul izinleri Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 27.05.2024 tarih ve 2024/05 sayılı oturumunda alınmıştır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Quiet Quitting Experiences of Private School Teachers: A Qualitative Research*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. In addition, permission was obtained from the Kütahya Dumlupınar University Social and Humanities Sciences Ethics Committee (Date: 27/05/2024 and Decision no: 2024/05) to conduct the research

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Birinci yazar %40, ikinci yazar %30, üçüncü yazar %30 oranında katkı sağlamıştır.

Statement of Contribution Rate of Researchers

The first author contributed 40%, the second author 30%, and the third author 30%.

Çatışma Beyanı

Araştırmacıların araştırma ile ilgili diğer kişi veya kurumlarla herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Ağan, F. (2002). *Özel okullarda, devlet okullarında ve dershanelerde çalışan lise öğretmenlerinin iş tatminlerinin karşılaştırılması* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Alanoğlu, M., Karabatak, S., Uslukaya, A. ve Kuloğlu, A. (2024). Adaptation of the quiet quitting scale for teachers to Turkish culture: An empirical psychometric investigation. *International Journal of Assessment Tools in Education, 11*(3), 463-480. https://doi.org/10.21449/ijate.1437506

Arar, T. (2023). Çalışanları sessiz istifa davranışı sergilemeye yönelten unsurların incelenmesi. İçinde H. A. Kutlu (Edt.), *Sosyal, beşeri ve idari bilimler alanında gelişmeler 1* (ss. 348-377). Platanus Publishing.

Arar, T., Çetiner, N. ve Yurdakul, G. (2023). Quiet quitting: Building a comprehensive theoretical framework. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 28*(15), 122-138. https://doi.org/10.20990/kilisiibfakademik.1245216

Atsan, M. (2023). Yöneticilerin korkulu rüyası: Sessiz istifa. İçinde M. Seyhan (Edt.), *Yönetim, organizasyon ve strateji üzerine araştırmalar* (ss. 137-145). Özgür Yayınları.

Boy, Y. ve Sürmeli, M. (2023). Quiet quitting: A significant risk for global healthcare. *Journal of Global Health, 13,* 1-4.

Bryan Creely (2022). *More people are "quiet quitting" instead of leaving.* TikTok @alifeafterlayoff. 2022-3-5. https://www.tiktok.com/@alifeafterlayoff/video/7071415799247949099

Cerev, G. ve Coşkun, S. (2020). Özel okul öğretmenlerinin çalışma sorunları üzerine nitel bir araştırma: Elazığ ili örneği. *Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi, 7*(13), 125-142.

Çakılcı, D. D. (2020). *Resmi ve özel okulların kurum kültürü bakımından karşılaştırılması* (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.

Çalışır, M. (2021). *İş tatmini örgütsel bağlılık ilişkisi: Başakşehir ilçesi özel okul öğretmenleri örneği* (Yüksek Lisans Tezi).

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
Çalışkan, K. (2023). Quiet quitting: Is beginning of the end or reborn? *Journal of Organizational Behavior Review, 5*(2), 190-204.
Çimen, A. İ. ve Yılmaz, T. (2023). Sessiz istifa ne kadar sessiz. *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi, 5*(1), 27-33. https://doi.org/10.47542/sauied.1256798
Çimen, B. ve Karadağ, E. (2020). Özel okullarda çalışan öğretmenlerin çalışma şartları ve gelecek kaygıları üzerine görüşleri. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21*(2), 518-541. https://doi.org/10.17679/inuefd.476428
Değer, M. (2023). *Özel okullardaki psikolojik sözleşme ihlalleri* (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
Demirler, H. (2020). Özel okul öğretmenlerinin çalışma koşulları ve güvencesizlik deneyimleri: Bursa örneği. *Çalışma Ortamı Dergisi,* 164, 44-47.
Gılıç, F., Yücel, N. B. ve İnandı, Y. (2025). Quiet quitting in career ladders: Teacher perspective. *Pegem Journal of Education and Instruction, 15*(1), 159-170. https://doi.org/10.47750/pegegog.15.01.15
Güler, M. (2023). Çalışma kültüründe yeni bir kavram: Sessiz istifa. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32*(1), 247-261.
Gün, İ. (2024). Sessiz istifa niyetini etkileyen faktörlerin AHP yöntemi ile değerlendirilmesi: Sağlık çalışanlarında bir uygulama. *Yönetim Bilimleri Dergisi, 22*(52), 500-520. https://doi.org/10.35408/comuybd.1405013
Hapsari, R. N. ve Dwianto, A. S. (2024). Quiet quitting phenomenon at SMP the Indonesia natural school teachers as a formal educational institution that carries an Merdeka Belajar system. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika, 17*(1), 171-183. https://doi.org/10.46306/jbbe.v17i1
Hsieh, H. F. ve Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research, 15*(9), 1277-1288.
Jehle, P. ve Schmitz, E. (2007). Innere kündigung und vorzeitige pensionierung von lehrpersonen. In M. Rothland (Edt.), *Belastung und beanspruchung im lehrerberuf [Öğretmenlik mesleğinde stres ve gerginlik]* (pp. 160-184). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
Karaman-Kepenekci, Y., Katıtaş, S. ve Ökdem, M. (2024). Öğretmenlere İlişkin Sessiz İstifa Ölçeği'nin geliştirilmesi ve öğretmenlerin sessiz istifaya ilişkin görüşlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Trakya Eğitim Dergisi, 14*(2), 1344-1363.
Karip, B. (2023). *Özel okul öğretmenlerinin sözleşme döneminde yaşadıkları durumlara ilişkin görüşleri: durum çalışması* (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
Konal-Memiş, T. ve Tabancalı, E. (2024). Teachers' silent scream: Quiet quitting. *Research in Educational Administration & Leadership, 9*(3), 360-415. https://doi.org/10.30828/real.1440040
MEB (2024). *Millî Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2023/2024.* https://sgb.meb.gov.tr/www/icerik_goruntule.php?KNO=629.
Merriam, S. B. ve Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research.* San Francisco, CA: John Wiley & Sons, Inc.
Onarıcı, E. (2021). *Özel okullarda çalışan öğretmenlerin karşılaştıkları psikolojik sözleşme ihlallerinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
Örücü, E. ve Hasırcı, I. (2024). Örgütlerde hiyerarşi kültürü ve lider-üye etkileşiminin sessiz istifa davranışı üzerindeki etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, 25*(1), 275-291. https://doi.org/10.31671/doujournal.1338999
Özen, H., Korkmaz, M., Konucuk, E., Çeven, B., Sayar, N., Menşan, N. Ö. ve Chan, T. C. (2024). Evaluation of quiet quitting: Is the bell ringing? *Journal of Qualitative Research in Education, 38,* 108-142. https://doi.org/10.14689/enad.38.1910
Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research and evaluation methods* (3th Edition). London: Sage.
Serenko, A. (2024). The human capital management perspective on quiet quitting: Recommendations for employees, managers, and national policymakers. *Journal of Knowledge Management*, *28*(1), 27-43. https://doi.org/10.1108/JKM-10-2022-0792
Tarhan-Alkan, B. (2020). *Özel okul öğretmenlerinin örgütsel sessizlik ile ilgili görüşleri* (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
Taşdan, M. ve Tiryaki, E. (2008). Özel ve devlet ilköğretim okulu öğretmenlerinin iş doyumu düzeylerinin karşılaştırılması. *Eğitim ve Bilim, 33*(147), 54-70.
Thekkechangarapatt, M. (2023). Quiet quitting in the education sector: Enumeration of three cases. *ERPA International Journal of Multidisciplinary Research, 9*(5), 83-88.
Ulutürk, F. (2022). Non-increasing salary leads employees to quiet quitting. *Gelişim News.* https://gelisim.edu.tr/en/gelisim-news-non-increasing-salary-leads-employees-to%E2%80%98quiet-quitting
Valura (2022). *Sessiz istifa.* https://www.valura.net/Web/Tr/Makale_SessizIstifaKarKaybi.pdf.
Xueyun, Z., Al-Mamun, A., Yang, Q., Naznen, F. ve Ali, M. H. (2025). Modeling quiet quitting intention among academics: Mediating effect of work addiction and satisfaction. *Journal of Workplace Behavioral Health, 40*(1), 84-120. https://doi.org/10.1080/15555240.2024.2323636
Yıldırım, A. ve Şimsek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. Baskı). Seçkin Publishing.
Yıldız, S. ve Özmenekşe, Y. O. (2022). Kaçınılmaz son: Sessiz istifa. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 7*(4), 14-24. https://doi.org/10.46291/Al-Farabi.070402
Yılmaz, K. (2015). Bir eğitim politikası sorunsalı: Yönetici seçme ve atama. *Eğitim Ekonomisi ve Planlaması Alanına Adanmış Bir Ömür: Prof. Dr. Mahmut Âdem'e 80. Yaş Armağanı* (Yay. Haz: K. Karakütük). Ankara: Ankara

Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayını. ss. 401-429.
Yılmaz, K. (2024a). Örgütlerde sessiz istifa: Kavramsal bir çözümleme ve Türkiye'de yapılan araştırmaların değerlendirilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 13*(4), 1395-1410. doi:10.33206/mjss.1491850.
Yılmaz, K. (2024b). Devlet okullarında çalışan öğretmenlerin sessiz istifa davranışları. *Prof. Dr. Kasım Karakütük Armağan Kitabı* (Edt: B. Tunç, T. Bülbül, G. Özdem, E. Özdoğan-Özbal). Ankara: Ankara Üniversitesi Yayını. ss. 117-125.
Yılmaz, K., Arık, R. S. ve Çelik, M. (2024). Öğretmenler için sessiz istifa ölçeğinin geliştirilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 13*(2), 426-438. https://doi.org/10.33206/mjss.1405854
Yılmaz, K., Çelik, M. ve Arık, R. S. (2025). Quiet quitting behaviors of teachers working in public schools in Türkiye: A qualitative research. *Educational Planning, 32*(1), 79-96.
Yoğurtcu, B., Sezgin, F. ve Koşar, S. (2024). Sessiz istifa: Lise öğretmenlerinin görüşlerine dayalı nitel bir araştırma. *TÜRKAV Kamu Yönetimi Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, 4*(1), 83-108. https://doi.org/10.5281/zenodo.11576978
Yücedağlar, A., Gılıç, F., Uzun, N. B. ve İnandı, Y. (2024). Öğretmenlerde sessiz istifa ölçeği: Bir geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 69,* 227-251. https://doi.org/10.21764/maeuefd.1313367
Zaid Khan (2022). On quiet quitting. TikTok @zaidleppelin. 2022-7-25. https://www.tiktok.com/@zaidleppelin/video/7124414185282391342

EXTENDED ABSTRACT

Quiet quitting is when the employee only does what he/she is supposed to and does not show any extra effort or behavior other than that. In short, quiet quitting is related to the fact that employees do not go beyond the responsibilities specified in their job descriptions (Örücü & Hasırcı, 2024). In general, the concept of quiet quitting is characterized by concepts such as "doing it secretly and consciously, decreasing performance, decreasing sense of belonging, and avoiding taking initiative" (Yılmaz et al., 2024). This study aims to determine the experiences of teachers working in private schools about quiet quitting. To achieve this general purpose, the following questions were sought to be answered: What are the quiet quitting behaviors that the participants observe in themselves? 1. *What are the quiet quitting behaviors that the participants observe in their colleagues?* 2. *What are the opinions of the participants about the reasons for quiet quitting behaviors?* 3. *What are the suggestions of the participants about what should be done to prevent quiet quitting behaviors?* The research completed by following the qualitative research method. This study, aimed to determine teachers' experiences working in private schools about quiet quitting, decided that a basic qualitative research design would be appropriate. In the basic qualitative research, since the people in the research group should have experienced the phenomenon being studied, a criterion sampling technique was used to determine the study group. There were 27 private school teachers in the study group. The data collected with a semi-structured interview form. The form included personal information such as gender, age, seniority, and education level and four open-ended questions. Descriptive analysis (Yıldırım & Şimşek, 2011) and content analysis (Hsieh & Shannon, 2005) were used to analyze the data.

The majority of the participants (f=21) stated that they exhibited quiet quitting behaviors. The quiet quitting behaviors exhibited by the participants grouped under the themes of "performance problems (f=13) and motivation problems (f=3)". In the theme of performance problems, the participants emphasized the behaviors of "exhibiting minimum performance (f=7), sloppy work (f=4), and limiting work to school (f=3)". In the theme of motivation problems, participants generally emphasized the decrease in teachers' motivation (f=3). All participants (f=27) stated that their colleagues also exhibited quiet quitting behaviors. The views of the participants who stated that their colleagues also exhibited quiet quitting behaviors grouped under the themes of "performance problems (f=21) and motivation problems (f=17)". Regarding the performance problems observed in their colleagues, the participants mostly emphasized the behaviors of "minimum performance (f=13) and sloppy work (f=8)". The most important behaviors that emerged in the theme of motivational problems were "low motivation (f=15) and feeling worthless (f=2)". Participants' opinions on the reasons for teachers' tendency towards quiet quitting collected under the themes of "wage-working conditions (f=51), managerial-communication problems (f=34), problems related to the logic of private schools (f=22) and problems related to the education system (f=6)". The sub-themes under the theme of wage-working conditions (f=51) focused on "low salary (f=21), excessive workload (f=13), labor exploitation (f=9), inflation-economic problems (f=5) and victimization in personal rights (f=3)". Administrative-communicative problems (f=34) collected under the sub-themes of "behaviors of administrators (f=12), unfair practices (f=10), lack of appreciation (f=9) and groupings (f=3)". The problems related to the logic of private schools (f=22)

collected under the sub-themes of "parent-student dominance (f=12), business logic (f=6) and the use of the contract as a threat (f=4)". In the theme of problems related to the education system (f=6), professional discredit (f=6) was emphasized.

Participants observed high levels of quiet quitting behaviors in both themselves and their colleagues. The quiet quitting behaviors that the participants observe in themselves and their colleagues are generally related to performance problems and motivation problems. Participants' quiet quitting behaviors related to performance problems are related to minimum performance and sloppy work. The participants emphasized that they showed minimum performance with behaviors such as *"working just enough not to get fired, not making an extra effort, not going beyond responsibilities, not volunteering for any task except for obligations* ". Regarding sloppy work, the emphasis was generally on doing things superficially and casually. The quiet quitting behavior, which the participants did not mention in their colleagues but mentioned in themselves, was seen in the form of limiting the work to the school. The quiet quitting behavior that the participants observed in themselves and their colleagues in relation to motivational problems is generally related to low motivation. Participants observed low motivation more intensely in their colleagues. Some of the participants included themselves when expressing their opinions about their colleagues. In this context, the participants' views about themselves and their colleagues can be seen as a whole. In addition to low motivation, teachers also observed the behavior of feeling worthless in their colleagues. According to the participants, the most important reason for private school teachers to engage in quiet quitting behaviors is related to their salaries and working conditions. Teachers stated that salaries are low, workload is high, they are affected by inflation and economic problems in the country, they are victimized in their personal rights, and all these turn into labor exploitation. When the participants' views on low salaries, inflation-economic problems and victimization in personal rights are evaluated together, it can be said that the most important reason for quiet quitting behavior is economic problems. In fact, the participants' views on excessive workload and exploitation of labor are basically related to the fact that they think that they are not getting paid for their labor. As a result, the most important reason for quiet quitting behavior of private school teachers is related to the fact that they do not feel comfortable economically. The second most important reason for private school teachers to engage in quiet quitting behaviors stems from managerial-communication problems in the institutions where they work. The most important problem here stems from the behavior of administrators. The participants described the behaviors of the administrators with adjectives such as *"overbearing, oppressive, unfair, condescending, and imposing* ". The third theme mentioned by the participants as the reason for quiet quitting is related to the private school mentality in the institutions where they work. The most emphasized issue in this theme is the parent-student dominance in private schools. Teachers stated that the institutions they work in are run with the logic of a business, that parents are seen as customers, that many concessions are made to parents and students, and that teachers are oppressed by parents and students. The last of the reasons for quiet quitting stated by the participants is related to the discrediting of the teaching profession, and this problem is not only a problem in private schools but also in the entire education system. There is such a problem throughout the Turkish education system and teachers are experiencing a significant loss of reputation. The suggestions made by the participants to prevent quiet quitting behavior are related to working conditions and organizational-administrative processes. The suggestions related to working conditions consisted of suggestions for improving personal rights, improving working conditions and improving the working environment. The fact that the vast majority of the suggestions are related to improving personal rights and working conditions indicates that the most quiet reason for quitting is related to economic conditions. The suggestions related to improving the working environment point to problems related to the working environment and organizational culture. The reason for this suggestion is largely due to managerial behaviors and the lack of appreciation and value for the work done. Participants' emphasis on the working environment generally consists of suggestions for creating a positive organizational climate.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergis | 2025 | Cilt: 14 | Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies | 2025 | Volume: 14 | No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Okul Yöneticilerinin İş Süreçlerinde Yapay Zekâ Kullanımına İlişkin Görüşleri: Ankara İli Örneği

Murat YİĞİTTEKİN[2], Fatma KÖYBAŞI ŞEMİN[3]

Öz

Bu araştırmanın amacı eğitim ve eğitim yönetimi alanlarında yapay zekâ kullanımına ilişkin yönetici görüşlerinin ortaya çıkarılması ve gelecekte okul yöneticilerinin iş süreçlerine destek olabilecek yapay zekâ uygulamalarının geliştirilmesine yönelik ihtiyaçların ortaya çıkarılmasıdır. Nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desende tasarlanan çalışmanın katılımcıları Ankara ilinde görev yapmakta olan 34 okul yöneticisidir. Araştırma bulgularından yola çıkılarak yapay zekanın kolaylaştırıcı rolünün ön plana çıktığı görülmektedir. Ayrıca katılımcılar tarafından yapay zekaya ilişkin olumsuz ve çekimser görüşler de belirtilmiştir. Yapay zekanın eğitimde ve eğitim yönetiminde kullanılmasına ilişkin katılımcı görüşleri genellikle olumludur. Ayrıca katılımcıların hangi konularda desteğe ihtiyaç duydukları ve bu destek ihtiyaçlarını nasıl giderdikleri de ortaya konmuştur. Araştırma kapsamında son olarak gelecekte eğitim yöneticilerine iş süreçlerinde destek olmak üzere tasarlanması muhtemel yapay zekâ uygulamalarının nasıl olması gerektiği katılımcı görüşlerinden yola çıkılarak belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Okul Yöneticileri, Yapay Zeka, Eğitimde Yapay Zeka, Eğitim Yönetiminde Yapay Zeka

School Administrators' Views on Using Artificial Intelligence in Their Work Processes

Abstract

The objective of this study is to ascertain the perspectives of administrators on the utilisation of artificial intelligence in the domains of education and educational administration, and to identify the requirements for the development of artificial intelligence applications that can facilitate the future work processes of school administrators.The participants of the study, which was designed using phenomenological design as one of the qualitative research methods, were 34 school administrators working in Ankara. The findings of the research indicate that the role of artificial intelligence in facilitating work processes is a prominent. Additionally, the participants expressed a mixture of favourable on artificial intelligence.The participants' views on the utilisation of artificial intelligence in education and educational administration are predominantly positive. Furthermore, the study revealed the specific subjects in which the participants required support and the methods by which they addressed these support needs. Finally, the study provides a basis for the future design of artificial intelligence applications that are likely to support educational administrators in their work processes, with these applications being informed by the views of the participants.

Keywords: School Administrators, Artificial Intelligence, Artificial Intelligence in Education, Artificial Intelligence in Education Management

Atıf İçin / Please Cite As:

Yiğittekin, M. ve Köybaşı Şemin, F. (2025). Okul yöneticilerinin iş süreçlerinde yapay zekâ kullanımına ilişkin görüşleri: Ankara İli örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1013-1031. doi:10.33206/mjss.1638526

Geliş Tarihi / Received Date: 12.02.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 15.05.2025

[2] Doktora Öğrencisi. – Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, muratyigittekin@outlook.com,
ORCID: 0000-0002-2781-9804
[3] Doç. Dr. – Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, koybasi.fatma@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-8684-1235

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Tarih boyunca insanlar, yaşam kalitelerini artırmak ve günlük faaliyetlerini kolaylaştırmak amacıyla sürekli yeni bilgiler keşfetmişler ve bu bilgileri daha önceki bilgileriyle birleştirerek yenilikçi ürünler geliştirme çabası içinde olmuşlardır. Bu çabanın günümüze yansıyan en önemli örneklerinden birisi de yapay zekâdır.

Yapay zekâ kavramının anlaşılması için yapay zekânın temelini oluşturan (Çam, Çelik, Turan Güntepe ve Durukan, 2021) zekâ kavramının bilinmesine ihtiyaç vardır. Türk Dil Kurumu (2024) zekâyı "insanın düşünme, akıl yürütme, öğrenme, kavramları ve nesneleri zihinde canlandırabilme, objektif gerçekleri algılama, yargılama, sonuç çıkarma, bedeni kontrol edebilme, duyguları doğru algılayabilme, değerlendirebilme, icat edebilme vb. yeteneklerinin ve becerilerinin tamamı; anlak, dirayet, feraset" şeklinde tanımlar.. Başka bir tanımda ise zekâ, yeni durumlara uyum sağlama gücü, muhakeme yürütme ve yapabilme yeteneği, olayları bağımsız olarak düşünebilme ve yeni durumlara uygulayabilme yeteneği olarak tanımlanmıştır (Balcı, 2020). Tanımları irdelediğimizde zekâ kavramının insanda bulunan yeteneklere atıf yaptığı görülmektedir.

Temel olarak insan zekasını taklit etmek üzere kurgulanan yapay zekâ (Çam vd., 2021) modern anlamda 1950'li yıllarda "düşünen makineler" oluşturmak üzerine başlayan bir disiplindir. Ancak insanların "düşünen makineler" oluşturma tutkusu çok daha önceki zamanlara uzanmaktadır (Nabiyev ve Erümit, 2024). Yapay zekâ çalışmaları başlangıç olarak Cezeri'nin 12. Yüzyılda yaptığı robot çizimlerine kadar gitse de ikinci dünya savaşı ve sonrası dönemde modern anlamda ele alınmıştır (Coşkun ve Gülleroğlu, 2021). 1950 yılında matematikçi Alan Turing "makineler düşünebilir mi?" sorusunu gündeme getirerek modern yapay zekânın fikir öncüsü olmuştur (Turing, 1950). John McCarthy ise 1956 yılında yapay zekâ kavramını ortaya atarak literatüre kazandırmış ve isim öncüsü olmuştur (Shubhendu & Vijay, 2013). Türkiye'de ise Ord. Prof. Dr. Cahit Arf 1959 yılında düzenlediği bir konferansta "Makine Düşünebilir Mi ve Nasıl Düşünebilir?" ve "İntibak kabiliyeti olan, yani makine yapılırken düşünülmemiş olan problemleri de çözebilen bir makine yapılabilir mi? ve nasıl yapılabilir?" sorularını sormuştur (Arf, 1959). Yapay zekânın gelişim serüveni bu yıllardan sonra hızla devam etmiş ve günümüzdeki halini almıştır. Her geçen gün gelişen bir teknoloji olarak yapay zekânın nerelere ulaşacağı ise bilinmemektedir.

Yapay zekâ, iç içe geçmiş sorunların çözümünde ve değişen koşullar altında karar alınması süreçlerinde insan zekâsına ait muhakeme etme ve tahmin yeteneğinin makineler tarafından kullanılması şeklinde ifade edilebilir (Obschonka & Audretsch, 2020). Koçyiğit ve Darı (2023) ise yapay zekâyı insanlar için zekâ gerektiren yeni durumlara adapte olma ve başa çıkma, problem çözme, sorulara yanıt verme, planlar yapma gibi işlevlerin makineler tarafından yerine getirilmesi olarak tanımlamıştır. Avrupa komisyonu tarafından ise yapay zekâ, "karmaşık bir amaç verildiğinde, çevrelerini algılayarak, toplanan yapılandırılmış veya yapılandırılmamış verileri yorumlayarak fiziksel veya dijital dünyada hareket eden ve insanlar tarafından tasarlanan sistemleri ifade eder" şeklinde tanımlanmıştır (European Commission, 2018). Tüm tanımlar irdelendiğinde, yapay zekâya ilişkin temel beklentinin insanda bulunan ve zekâ gerektiren zihinsel süreçlerin makineler tarafından gerçekleştirilmesi olduğu görülecektir. Çetin ve Aktaş'a (2021) göre bunun gerçekleşmesi insan zekâsının taklit edilebilmesi ile mümkündür.

Yapay zekâ sistemleri insanlardan daha verimli düşünüp sorunları çözebilen makineler oluşturmaya yönelik olarak tasarlanmıştır (Korucu ve Biçer, 2024). Tüm karmaşıklığına rağmen yapay zekâ sistemleri, insan beyni ve zihninden daha üstün olabilecek şekilde değildir (Çelebi ve İnal, 2019). Yapay zekâ ile oluşturulmuş sistemler insan zekâsını temel alır ve makineler aracılığıyla taklit eder (Çam vd., 2021). Adalı (2017)'ya göre insan zekâsının yaratıcı duygu ve hislere göre hareket edebilme, yaratıcı fikirler üretebilme, duyu organlarıyla deneyimler edinip bu deneyimlere göre karar verebilme, yeni durumlara yeni çözümler üretebilme gibi yetenekleri vardır. Adalı, yapay zekânın bilgileri unutmaması ve kalıcı olarak saklayabilmesi, bir makineden diğerine aktarılabilmesi, daha kolay ve daha az maliyetle geliştirilebilmesi yönleriyle insan zekâsının önüne geçebileceğini belirtmiştir.

Eğitim tarih boyunca çağa uyum sağlayarak kendisini yenileyen birikimli bir süreçtir. Eğitim önceleri kitaplarda yer alan bilgiler aracılığıyla gerçekleştirilirken günümüze gelene kadar radyo, televizyon, CD, bilgisayar gibi çeşitli teknolojiler ile uygulanmıştır (Korucu ve Biçer, 2024). Bu kapsamda yapay zekâ teknolojisi de sunduğu imkân ve kabiliyetler ile eğitim alanında kendisine yer bulmaktadır. Yapay zekânın eğitime nasıl etki edeceği henüz gerçek anlamda ortaya çıkarılamamıştır (Cook & Gregory, 2018). Buna rağmen günümüzde yapay zekâ teknolojilerinin eğitim alanında kullanılması farklı ülkelerin ve kurumların ulusal ve uluslararası strateji belgelerinde yer bulmaktadır (Tomašev vd., 2020; Zheng & He, 2021). Avrupa Komisyonu 2018 yılında yayınladığı raporda yapay zekâ ile ilgili stratejilerini ortaya koymuştur (European

Commission, 2018). OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) tarafından yürütülen Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı (PISA) uygulamasında ölçülen nitelikler arasına dijital okuryazarlık becerisi, dijital yurttaşlık, bilgi akıcılığı, teknolojik okuryazarlık, yaratıcılık, yenilikçi düşünme, eleştirel düşünme, çözüm üretme ve karar verme gibi özellikler de eklenmiştir (OECD, 2018). Ülkemizde de 2023 Eğitim Vizyon Belgesi (MEB, 2018) ve Dijital Dönüşüm Ofisi Başkanlığı tarafından yayınlanan "Ulusal Yapay Zekâ Stratejisi 2021-2025" adlı raporlarda (Dijital Dönüşüm Ofisi Başkanlığı, 2021, s. 38) "çağın ve geleceğin becerileriyle donanmış ve bu donanımı insanlık hayrına sarf edebilen, bilime, kültüre meraklı ve duyarlı, nitelikli, ahlaklı bireyler yetiştirmek" temel amaç olarak belirtilmiştir. Bu kapsamda yapay zekâ sistemlerinin eğitimde kullanılmasının eğitim alanında birçok üstünlük sağlaması beklenmektedir.

Eğitim alanında yapay zekâ kullanımı diğer teknolojilerden farklı olarak öğrenciye göre eğitim süreci tasarlayabilme, soruların yanıtlanmasında etkili iletişim kurabilme, öğrenme sürecini tam olarak modelleyebilme, öğrencinin önceki performanslarına dayalı ihtiyaç belirleme, öğrenme düzeyini hızlıca belirleyip bu düzeye uygun kararlar verebilme ve eğitim öğretim sürecine ilişkin sonuçları çok hızlı belirleme gibi konularda avantaj sağlamaktadır Noe (2009) (akt. Güzey, Çakır, Athar, Yurdaöz ve Saad, 2023). Bu avantajları sağlamak üzere kullanılan yapay zekâ uygulamalarına örnek olarak zeki öğrenme sistemleri (ZÖS), uyarlanabilir öğrenme sistemleri ve öneri sistemleri verilebilir (Coşkun ve Gülleroğlu, 2021). ZÖS, bir öğretmeni modelleyerek öğrenene destek sağlamayı amaçlayan yapay zekâ sistemidir (Hasanov et al., 2019). Uyarlanabilir öğrenme ortamları öğrenenlerin farklı özelliklerini inceleyerek, bireyselleştirilmiş öğrenme ortamı oluşturmayı amaçlar (Somyürek, 2009). Öneri sistemleri ise belirli bir konuda faydalı bilgiler sağlayan makine öğrenmesine dayalı yazılım türüdür (Syed & Zoga, 2018). Yapay zekâ sistemleri öğretim amaçlı kullanılmasının yanında eğitim yöneticilerinin iş süreçlerini kolaylaştırmak amacıyla da kullanılabilir (Coccoli et al., 2016). Tyson and Sauers (2021) yapay zekânın güçlü veri işleme yeteneği sayesinde idari görevler ve veri analizinde büyük bir etkiye sahip olacağını belirterek, eğitimde teknoloji ve dolayısıyla yapay zekâ uygulamalarının kullanımının artması nedeniyle okul yöneticilerinin de bu dönüşümü yönlendirebilmeleri gerektiğini belirtmiştir. Yapay zekâ sadece öğrenme ile ilgili konularda değil, öğrenme ortamlarının hazırlanmasında, güvenliğin sağlanmasında, belirli durumlarda sabit ve kararlı tutum geliştirmede, istatistiksel bilgi tutma ve hazırlamada, öğretmenlerin çalışma programını hazırlama ve iyileştirme gibi konularda da eğitim yöneticilerine katkı sağlayacaktır (Porayska-Pomsta et al., 2023). Nwile and Edo'ya (2023) göre yapay zekâ eğitim alanında idari görevlerin otomatikleştirilmesini sağlayacak potansiyele sahiptir. Chen et al. (2020) ise yapay zekânın okul yönetiminde verimliliği ve etkililiği artırdığını belirtmiştir.

Yapay zekâ kavramı, sürekli gelişim gösteren bir alan olması sebebiyle, yapay zekanın eğitim ve eğitim yönetiminde kullanımına yönelik daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır (Alam, 2021; Cook & Gregory, 2018; Polat, 2024; Zawacki-Richter et al., 2019). Literatür incelendiğinde, yapay zekânın eğitim ve eğitim yönetiminde kullanımına ilişkin derleme çalışmalarına rastlanmaktadır (Adalı, 2017; Al-Jaf, Öz, Mahmud & Rashid, 2024; L. Chen et al., 2020; X. Chen et al., 2022; Coccoli et al., 2016; Cook & Gregory, 2018; Coşkun, Aktaş ve Sarcan, 2023; Çavuş, 2024; Ifelebuegu et al., 2023; Karakoç Keskin, 2016; Knox, 2020; Korucu ve Biçer, 2024; Nabiyev ve Erümit, 2024; Obschonka & Audretsch, 2020; Okonkwo & Ade-Ibijola, 2021; Shubhendu & Vijay, 2013; Somyürek, 2009; Tomašev et al., 2020; Wollny et al., 2021; Yılmazsoy, 2020; Zawacki-Richter et al., 2019).

Yapay zekâya ilişkin etik problemleri inceleyen çalışmalar (Çelebi ve İnal, 2019; Kooli, 2023; Porayska-Pomsta et al., 2023; Singil, 2022) ve yapay zekânın muhtemel olumlu ve olumsuz yönlerini ele alan araştırmalar da bulunmaktadır (Alam, 2021; Armağan, Efe, Güzel ve Uluışık, 2024; Arslan, 2024; Canpolat, 2021; Çavuş, 2024; Huang et al., 2021; İşler ve Kılıç, 2021; Meço ve Coştu, 2022; Murphy, 2019; Nee et al., 2023; Tomašev et al., 2020; Ünsal, 2024; Wollny et al., 2021).

Ayrıca, bir yapay zekâ uygulaması geliştirip bu uygulamanın eğitim alanındaki etkisini test eden (Al-Jaf, Öz, & Rashid, 2024; Barth, 1999; Ciechanowski et al., 2019; Domingo-Alejo, 2024; Fernoaga et al., 2018; Lommatzsch, 2018; Marino & Vasquez III, 2024; Mellado-Silva et al., 2020; Nur Fitria et al., 2023; Nwile & Edo, 2023; Sevgi, Ayyıldız ve Yılmaz, 2023; Villanueva & Aguilar-Alonso, 2021) araştırmalar ve öğretmen adaylarının, öğretmenlerin ve okul yöneticilerinin yapay zekâ ile ilgili farkındalık düzeylerini belirleyen ya da görüşlerini ortaya koymayı hedefleyen çalışmalar da literatürde yer almaktadır (Alemdar, Günaydın, Aydın, Aydoğan ve Yurdakul, 2023; Banaz ve Demirel, 2024; Blessing, 2022; Çam vd., 2021; Demir Dülger ve Gümüşeli, 2023; İçöz ve İçöz, 2024; Karaoğlan Yılmaz ve Yılmaz, 2023; Köse, Radıf, Uyar, Baysal ve Demirci, 2023; Ramalingam & Maniam, 2024; Takıl, Erden ve Sarı Arasıl, 2022; Tyson & Sauers, 2021).

Yapay zekâya dayalı sohbet robotlarının etkilerini inceleyen araştırmalara tıp (Chaix et al., 2019; Goodman et al., 2023), psikoloji (Dosovitsky & Bunge, 2023; Uludag, 2023), kütüphane hizmetleri (Lappalainen & Narayanan, 2023; Sanji et al., 2022), pazarlama (Van den Broeck et al., 2019), turizm hizmetleri (Ukpabi et al., 2019) ve göçmenlere ilişkin hizmetler (Chen et al., 2020) gibi çeşitli alanlarda rastlanmaktadır. Ancak literatür incelendiğinde, okul yöneticilerinin yapay zekâya ilişkin görüşlerinin ve ihtiyaçlarının bir arada ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda mevcut çalışma, aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aramayı amaçlamaktadır:

1. Okul yöneticilerinin yapay zekâya ilişkin görüşleri nelerdir?
2. Okul yöneticilerinin eğitimde yapay zekâ kullanımına ilişkin görüşleri nelerdir?
3. Okul yöneticileri iş süreçleri içerisinde hangi konularda destek ihtiyacı hissetmektedir? Bu ihtiyaçlarını nasıl karşılamaktadırlar?
4. Okul yöneticilerinin iş süreçlerinde kendilerine destek olmak amacıyla geliştirildiği varsayılan bir yapay zekâ uygulamasının içeriğine ilişkin görüşleri nelerdir?

Yukarıdaki araştırma sorularından elde edilecek sonuçlar ışığında bu çalışmanın eğitim ve eğitim yönetimi alanlarında yapay zekâ kullanımına ilişkin yönetici görüşlerini ortaya çıkarması ve gelecekte okul yöneticilerinin iş süreçlerine destek olabilecek yapay zekâ uygulamalarının geliştirilmesine yönelik ihtiyaçları ortaya çıkarması bakımından literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Yöntem

Araştırma nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji (olgubilim) deseninde tasarlanmış bir araştırmadır. Fenomenolojik araştırmalar, bir grubun bir fenomen veya kavram ile ilgili deneyimlerini ve görüşlerini ortaya çıkarmayı amaçlar (Creswell, 2016). Patton (2014)'a göre fenomenolojik araştırmalar deneyimlerden anlam çıkarmaya odaklanır. Mevcut araştırmada okul yöneticilerinin iş süreçlerinde yapay zekâ kullanımına ilişkin görüşleri ile geliştirildiği varsayılmış bir yapay zekâ uygulamasına ilişkin ihtiyaçlarının neler olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu kapsamda okul yöneticilerinin yapay zekâya ilişkin deneyimleri bir olgu olarak kabul edilmiştir. Yapay zekâ olgusuna yönelik anlam ve deneyimlerin ortaya çıkarılması amacıyla fenomenoloji deseni tercih edilmiştir.

Çalışma Grubu

Araştırmanın katılımcıları 2024-2025 Eğitim Öğretim yılında Ankara iline bağlı merkez ilçelerden birisinde bulunan resmi okullarda görev yapmakta olan 34 okul yöneticisinden oluşmaktadır. Katılımcıların seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi işe koşulmuştur. Maksimum çeşitlilik örnekleme yönteminin amacı oluşturulan örneklemin incelenen konu ile ilgili taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğinin maksimum düzeyde yansıtılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Creswell (2016) fenomenolojik araştırmalarda ideal katılımcı sayısının 5-25 arasında olması gerektiğini belirtmiştir. Ancak Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı okul türlerinin farklı olması ve her okul türünde görev yapmakta olan okul yöneticilerinin iş süreçlerinin farklılaşması nedeniyle yapay zekaya ilişkin tecrübelerin tam olarak ortaya koyulabilmesi için katılımcı sayısı veri doygunluğu sağlanması amacıyla bu sınırı aşmıştır (Güler, Halıcıoğlu ve Taşğın, 2013). Mevcut çalışmada katılımcıların farklı branşlardan olmasına ve farklı okul türlerinde çalışıyor olmalarına özen gösterilmiştir. Güler vd. (2013)'ne göre fenomenolojik araştırmalarda katılımcıların incelenecek olguyu deneyimlemiş olması gerekmektedir. Bu kapsamda okul yönetimine ilişkin iş süreçlerine yönelik deneyim sahibi olan okul yöneticileri araştırmanın katılımcılarıdır. Katılımcıların belirlenmesi sürecinde araştırmacı tarafından ilçe merkezinde yer alan 13 okul ziyaret edilmiş, gönüllü olan okul yöneticileri çalışmaya dahil edilmiştir. Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler Tablo 1.'de verilmiştir.

Tablo 1. *Katılımcılara İlişkin Bilgiler*

Kod	Cinsiyet	Branş	Okul Türü	Yöneticilik Kıdemi	Toplam Kıdemi
Y1	Erkek	Fizik	Anadolu Lisesi	12	25
Y2	Erkek	Matematik	Meslek Lisesi	9	16
Y3	Kadın	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi	Meslek Lisesi	1	5
Y4	Kadın	Sınıf Öğretmeni	İlkokul	5	17
Y5	Erkek	Okul Öncesi	Okul Öncesi	4	12
Y6	Erkek	Felsefe	Anadolu Lisesi	6	10
Y7	Erkek	Sosyal Bilgiler	Ortaokul	23	33

Tablo 1. *Devamı*

Kod	Cinsiyet	Branş	Okul Türü	Yöneticilik Kıdemi	Toplam Kıdemi
Y8	Erkek	Sınıf Öğretmeni	İlkokul	21	36
Y9	Erkek	Teknoloji ve Tasarım	Ortaokul	8	17
Y10	Erkek	Tarih	İmam Hatip Lisesi	7	15
Y11	Erkek	Sınıf Öğretmeni	İlkokul	10	24
Y12	Erkek	Sınıf Öğretmeni	İlkokul	14	27
Y13	Kadın	Sağlık Hizmetleri	Meslek Lisesi	2	28
Y14	Erkek	Sosyal Bilgiler	Ortaokul	12	22
Y15	Erkek	Biyoloji	Anadolu Lisesi	3	9
Y16	Kadın	Matematik	Anadolu Lisesi	3	25
Y17	Erkek	Beden Eğitimi	İmam Hatip Lisesi	21	29
Y18	Erkek	Tarih	Anadolu Lisesi	6	15
Y19	Erkek	Mobilya ve İç Mekân Tasarımı	Meslek Lisesi	20	26
Y20	Erkek	Müzik	Ortaokul	5	11
Y21	Erkek	Elektrik-Elektronik Teknolojisi	Meslek Lisesi	10	25
Y22	Erkek	Sınıf Öğretmeni	İlkokul	12	20
Y23	Erkek	Tarih	Anadolu Lisesi	13	20
Y24	Erkek	Muhasebe ve Finansman	Meslek Lisesi	1	9
Y25	Erkek	Elektrik-Elektronik Teknolojisi	Meslek Lisesi	32	34
Y26	Erkek	Matematik	Fen Lisesi	8	21
Y27	Kadın	Sağlık Hizmetleri	Meslek Lisesi	10	22
Y28	Erkek	Coğrafya	İmam Hatip Lisesi	1	6
Y29	Erkek	Tarih	Anadolu Lisesi	15	26
Y30	Kadın	Okul Öncesi	Okul Öncesi	1	18
Y31	Erkek	Özel Eğitim	Özel Eğitim III. Kademe (Lise)	14	23
Y32	Erkek	Bilişim Teknolojileri	Meslek Lisesi	6	11
Y33	Erkek	Fizik	Fen Lisesi	12	25
Y34	Kadın	Türk Dili ve Edebiyatı	Anadolu Lisesi	6	25

Tablo 1 incelendiğinde katılımcılardan 27 kişinin erkek ve 7 kişinin de kadın olduğu, araştırmaya 24 farklı branştan okul yöneticisinin katıldığı, katılımcılardan 2'sinin okul öncesi, 5'inin ilkokul, 4'ünün ortaokul ve 23'ünün de lise düzeyinde görev yapmakta olduğu, katılımcıların yöneticilikteki kıdemlerinin 1 ile 32 yıl arasında olduğu, toplam kıdemlerinin ise 5 ile 36 yıl arasında olduğu görülmektedir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, araştırmacıların bir görüşme formuna sahip olduğu ancak görüşmelerin gidişatına göre farklı soruların da yer alabileceği görüşmelerdir (Robson, 2015). Bu görüşme türünde genellikle sorular önceden belirlenmiş olmakla birlikte görüşmeciler bunların dışına da çıkabilirler (Berg & Lune, 2015). Bu kapsamda görüşmelerde kullanılmak üzere araştırmacılar tarafından katılımcıların cinsiyet, branş ve kıdem yıllarını öğrenmek üzere kişisel bilgi formu hazırlanmıştır. Kişisel bilgi formuna ek olarak araştırma kapsamında veri sağlamak üzere açık uçlu sorular hazırlanmıştır. Sorular hazırlandıktan sonra uzman görüşü alınması amacıyla eğitim yönetimi alanında görev yapan ve yapay zekâ ile ilgili çalışması bulunan bir öğretim görevlisine gönderilmiştir. Alınan uzman görüşü soruların yeterli ve incelenecek konuyu açığa kavuşturacak nitelikte olduğunu belirttiğinden soruların şu şekilde kullanılmasına karar verilmiştir;

1. Yapay zekâ uygulamaları hakkında ne düşünüyorsunuz?
2. Bir eğitim yöneticisi olarak, eğitimde yapay zekâ kullanımına ilişkin görüşleriniz nelerdir?
3. Bir eğitim yöneticisi olarak iş süreçlerinizi düşündüğünüzde hangi konularda bilgi alma ihtiyacı hissediyorsunuz? Bilgi alma ihtiyacı hissettiğinizde bu bilgiyi nasıl elde ediyorsunuz?
4. Sizce, eğitim yöneticilerinin özellikle mevzuat ile ilgili konularda takıldıkları, zorlandıkları ve/veya merak ettikleri konuları danışabilecekleri bir sistem içerisinde hangi konulara yer verilmelidir? Çalışma sistemi nasıl olmalıdır?

Sorular belirlendikten sonra araştırmanın yürütüleceği ilden farklı bir ilde görev yapmakta olan beş okul müdürü ile pilot görüşme yapılmıştır. Gerçekleştirilen pilot görüşmeler sonucunda soruların değiştirilmeden

kullanılmasına karar verilmiştir. Veriler toplanırken araştırmacı ilçe merkezinde bulunan 13 okulu ziyaret etmiş ve okulda görev yapan yöneticilere çalışmadan bahsederek gönüllü katılım esasına göre çalışmaya katılmak üzere davet etmiştir. Ziyaret edilen 13 okulda toplam 34 okul yöneticisi ile görüşülmüştür. Yapılan görüşmeler ortalama 15 dakika sürmüştür. Gerçekleştirilen görüşmelerin amaçlı, odaklı ve rehberli olması derinlemesine veri toplanmasına imkân tanımıştır. Görüşmeler esnasında katılımcıların söyledikleri araştırmacı tarafından not alınmış ve görüşme sonunda katılımcılara okutularak teyit alınmıştır. Katılımcıların tamamının kamu görevlisi olması ve araştırma içeriğinin görevleriyle ilgili olması nedenleriyle ses ve görüntü kaydı alınmamıştır.

Nitel araştırmalarda analiz işlemi verilerin hazır hale getirilmesi, kodlanması, kodlardan temalara ulaşılması ve elde edilen analiz sonuçlarının raporlanması aşamalarını içerir (Creswell, 2016). Bu kapsamda verilerin analizi aşamasına geçilmeden önce görüşmeler analizin ilk adımı (Maxwell, 2018) olarak metne dönüştürülmüş ve bilgisayara aktarılmıştır. Aktarılan metinler araştırmacılar tarafından okunarak içerik analizine tabi tutulmuş ve her bir tema altında katılımcı görüşleri ile örneklendirilmiştir. İçerik analizi, metnin içerisinde sözcüklerin, kavramların, temaların varlıklarının belirlenmesi ve onların sayıyla ifade edilmesi için kullanılan bir analiz türüdür (Kızıltepe, 2015). Bu kapsamda görüşme dökümlerinden kodlara, kategorilere ve temalara ulaşılmış ve her bir araştırma sorusu için tablolar halinde raporlaştırarak sunulmuştur.

Geçerlik ve Güvenirlik

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik kavramları yerine bulguların doğruluğu ve yinelenebilirliği kavramları kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu kapsamda çalışmanın iç geçerliğini artırmak amacıyla yapay zekâ ve eğitim de kullanımına ilişkin literatür taranarak, yarı yapılandırılmış görüşme formu, incelenecek olguya ilişkin farklı boyutları kapsayacak şekilde yapılandırılmıştır. Form uygulamaya geçmeden önce kapsam geçerliğini artırmak amacıyla uzman görüşü alınmış, uzman görüşünün ardından katılımcılar arasında olmayan beş okul müdürü ile pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilecek verilerin sadece bilimsel amaçlarla kullanılacağı ve araştırmacılara ait kişisel bilgilerin (isim, görev yaptığı okul vb.) araştırmanın hiçbir yerinde kullanılmayacağı katılımcılara açıklanmıştır. Bu kapsamda raporlaştırma yapılırken katılımcılara verilerin toplanma sırasına göre Y1, Y2, Y3, …,Y34 kodları verilmiştir. Araştırmanın iç güvenirliğinin sağlanması amacıyla her tema için katılımcı görüşlerini temsil edecek nitelikte güçlü alıntılara yer verilmiştir. Çalışmanın teyit edilebilirliğinin sağlanması için, elde edilen bulguların ayrıntılı, aslına uygun ve katılımcıların belirttikleri düşüncelerinin olduğu gibi raporlaştırılmıştır. Bu kapsamda çalışma içerisinde sadece akademik yayınların bulgularına ve katılımcıların görüşlerine yer verilerek araştırmacıların kişisel fikirlerine yer verilmemesine özen gösterilmiştir. Ayrıca veriler iki araştırmacı tarafından ayrı ayrı kodlanmış ve iki kodlama karşılaştırılmıştır. Araştırmada görüş birliği hesaplaması için Miles & Huberman (2015) güvenirlik formülü kullanılmıştır. Miles & Huberman, güvenirlik hesaplarının %70 üzerinde olması gerektiğini vurgulamıştır. Mevcut araştırma kapsamında yapılan iki farklı kodlamada uyum oranı %90 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca araştırma kapsamında toplanmış olan veriler araştırmacılar tarafından saklı tutulacak ve daha sonra tekrar analiz etmek isteyen ve/veya bu alanda yeni araştırmalar yapacak araştırmacılarla talepleri halinde paylaşılabilecektir.

Bulgular

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen bulgular araştırma sorularına dayandırılarak sunulmuştur.

Araştırmanın birinci alt problemi okul yöneticilerinin yapay zekâya ilişkin görüşlerinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu kapsamda toplanmış olan verilerden elde edilmiş olan bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. *Okul Yöneticilerinin Yapay Zekaya İlişkin Görüşleri*

Temalar	*Kategoriler*	*Kodlar*	*f*
Faydalar ve Potansiyeller	Pratiklik ve Verimlilik	Günlük hayatta işleri kolaylaştırır.	10
		Daha detaylı bilgi verir.	2
		Karmaşık konularda hızlı çözümler üretir.	2
		Pratik sorun çözme yoludur.	1
	İnovasyon ve Etki	Faydalıdır.	7
		Kaçınılmaz.	3
		Çağın gereğidir.	3
		Önemsenmelidir.	2
		İleri teknoloji ürünüdür.	2
		İlgi çekicidir.	1
		Sürekli gelişiyor.	1
		Yaratıcıdır.	1
		Etkilidir.	1
Riskler ve Endişeler	Tembellik	Araştırma ve düşünme yetisi için bir tehlike.	2
		Bilişsel gelişimi zayıflatır.	1
	Etik ve Sosyal Sorunlar	Faydası veya zararı kullanım şekline göre değişir.	5
		Şu an bilgi üretmiyor, sadece var olan bilgiyi işliyor.	1
		İş gücü ihtiyacını azaltır.	1
	Riskler	Sakıncalıdır.	2
		Olumsuz yönleri var.	2
Genel Toplam			**50**

Tablo 2 incelendiğinde okul yöneticilerinin yapay zekâya ilişkin görüşlerinin iki tema (faydalar ve potansiyeller ile riskler ve endişeler) altında toplandığı görülmektedir. Okul yöneticilerinin görüşleri daha çok yapay zekânın faydaları ve potansiyelleri üzerinde toplanmıştır. Ancak katılımcı görüşleri arasında riskler ve endişelere ilişkin görüşler de bulunmaktadır.

Faydalar ve potansiyeller temasında okul yöneticileri yapay zekânın günlük hayatta işleri kolaylaştırdığını, daha detaylı bilgiler verebildiğini ve karmaşık konulara hızlı çözümler üretebildiğini söylemişlerdir. Ayrıca okul yöneticileri yapay zekânın faydalı ve kaçınılmaz olduğunu, önemsenmesi gereken bir unsur olduğunu da belirtmişlerdir. Y20 rumuzlu katılımcıya göre *"yapay zekâ uygulamaları gerek enerji ve zaman ekonomisi gerek yaratıcılık alanında günümüzde en pragmatik ve pratik sorun çözme yolu olarak görünmektedir"*. Y10 rumuzlu katılımcı ise yapay zekânın *"hayatımızı kolaylaştıran, günümüzün vazgeçmez teknolojisi"* olarak nitelendirmiştir.

Riskler ve endişeler teması incelendiğinde üç kategori olduğu (tembellik, etik ve sosyal sorunlar ile riskler) görülmektedir. Bu temada yer alan görüşler yapay zekânın önlem alınması gereken sorunlar ortaya çıkarabilecek potansiyele sahip olduğu yönündedir. Katılımcılar en fazla faydası ve zararı kullanım şekline göre değişir görüşünü belirtmişlerdir. Y3 rumuzlu katılımcının görüşü *"kullanım şekline göre olumlu yönlerde yarar sağlayacağı gibi olumsuz yönde zararları da olabilir"* şeklindedir. Ayrıca bu kategoride yapay zekânın bireylerin araştırma ve düşünme becerileri üzerinde olumsuz etkiler göstereceğini belirten görüşler de yer almıştır. Y31 rumuzlu katılımcının görüşü *"… insanın araştırma ve düşünme yetisinin önündeki en büyük tehlike galiba"* şeklindedir. Olumsuz görüşler teması altında yapay zekâyı tehlike olarak görmeyen ancak yine de olumsuz görüşleri bulunan katılımcıların görüşlerine genel ifadeler kategorisi altında yer verilmiştir. Bu kategoride yer alan katılımcıların görüşleri olumsuz olmakla birlikte yapay zekaya ilişkin temkinli bir yaklaşım sergilemektedir. Y23 rumuzlu katılımcı *"yapay zekâ hayatı kolaylaştırır ancak olumsuz yönleri de mutlaka vardır"* şeklinde görüş bildirmiştir.

Araştırmanın ikinci alt problemi yapay zekânın eğitimde kullanılmasına ilişkin okul yöneticilerinin görüşlerinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu kapsamda toplanmış verilerden elde edilen bulgular Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. *Yapay Zekânın Eğitimde Kullanılmasına ilişkin Okul Yöneticilerinin Görüşleri*

Temalar	Kategoriler	Kodlar	f
Olumlu görüşler	Eğitim ve Öğretim	Öğretmenlerin işini kolaylaştırır.	2
		Öğrenciler için kişiselleştirilmiş öğretim olanağı sağlar.	2
		Öğretim modelleri hakkında öğretmenlere fayda sağlar.	1
		Eğitime destek olabilir.	1
		Eğitimde yapay zekâ kullanımı için geç bile kalındı.	1
		Ölçme ve değerlendirmeyi sistematik hale getirebilir.	1
		Gelecekteki eğitim modelidir.	1
		İçeriği eğitim olan yapay zekâ uygulamaları fayda sağlar.	1
	Yönetim ve Verimlilik	Yöneticilerin işini kolaylaştırır.	7
		Mevzuat ile ilgili bilgi sağlayabilir.	3
		Yönetim bilgi sistemleri ile ilgili kolaylık sağlayabilir.	3
		Bürokratik işlerin azaltılmasında fayda sağlar.	1
		Hızlı ve kesin sonuçlar elde etmeyi sağlar.	1
		Zaman tasarrufu sağlar.	1
		Planlama süreçlerini kolaylaştırır.	1
		Tereddüt duyulan konularda hızlı çözüm sağlar.	1
	Bilgiye erişim ve analiz	Bilgiye ulaşmayı kolaylaştırır.	2
		Verilerin analiz edilmesi suretiyle tablo, istatistik, evrak vb. hazırlanmasını kolaylaştırır.	2
		Karmaşık konuların anlaşılmasını kolaylaştırır.	1
		Alternatif bulgulara ulaşmayı sağlar.	1
	Günümüz ve gelecek	Faydalıdır.	4
		Günümüzde olmazsa olmaz.	2
		Zamana uyum sağlamak açısından önemlidir.	1
		Yapay zekâ ve eğitim ile ilgili akademik bilgilerin zenginleşmesi gerekir.	1
		Güvenli olması şartıyla kullanılabilir.	1
		İşlevsel olmalıdır.	1
		Çok yönlü bakış açısı sağlar.	1
Olumsuz görüşler	Potansiyel yan etkiler	Eğitim açısından gereksizdir.	1
		Kişilerin pratik çözümler üretmesini engeller.	1
		Bilinçsiz kullanımı tehlikelidir.	1
		Kişilerin kendilerini geliştirmesini engeller.	1
		Kolaycılığı beraberinde getirebilir.	1
		Tembelliği beraberinde getirebilir.	1
		Düşünme üzerinde olumsuz etkisi olabilir.	1
Çekimser görüşler	Temkin	Hem faydalı hem tehlikelidir.	1
		Kullanımına göre faydalı ya da faydasız olabilir.	1
Genel Toplam			**54**

Tablo 3 incelendiğinde yapay zekânın eğitimde kullanılmasına ilişkin yönetici görüşlerinin üç tema (olumlu görüşler, olumsuz görüşler ve çekimser görüşler) altında toplandığı görülmektedir. Okul yöneticilerinin görüşleri yapay zekânın eğitimde kullanılmasının olumlu olduğu yönündedir. Bununla birlikte olumsuz ve çekimser görüşler de bildirilmiştir.

Olumlu görüşler teması altında yöneticiler daha çok yapay zekânın kolaylaştırıcı yönüne vurgu yapmışlardır. Bu kapsamda katılımcı görüşlerinden yapay zekânın hem yöneticilerin hem de öğretmenlerin iş süreçlerini kolaylaştıracağı, bilgiye ulaşmayı kolaylaştırarak özellikle mevzuat ile ilgili bilgi almayı kolaylaştıracağı yönündedir. Bu kapsamda yapay zekânın eğitim öğretime çok yönlü bakış açısı getireceği, öğrenciler açısından kişiselleştirilmiş öğretim olanağı sağlayacağı, zaman tasarrufu sağlayacağı gibi görüşler de belirtilmiştir. Y29 rumuzlu katılımcı yapay zekânın eğitimde kullanılmasına ilişkin görüşünü *"… en başta zaman tasarrufu sağlar, … bilgiyi hem öğrenmede hem de öğretmede en etkili araç"* şeklinde ifade etmiştir. Y5 rumuzlu kullanıcı *ise "… çağın gerektirdiği şekilde kurumları hazırlamak ve ayak uydurmak durumundayız, yapay zekâ kullanımını destekliyorum"* şeklinde görüş bildirmiştir.

Olumsuz görüşler teması altında ise yapay zekânın eğitim açısından gereksiz olduğu, bireylerin sorunlara pratik çözümler üretebilmesini engellediği, tembelliği ve kolaycılığı artıracağı şeklinde görüşler bildirilmiştir. Burada yer alan görüşler az sayıda katılımcıdan gelse de dikkate alınmalıdır. Y2 rumuzlu katılımcının görüşü *"… öğrencilerin araştırma, öğrenme süreçlerinde bilgiye kolay erişime yardımcı olmakla birlikte kolaycılığı ve tembelliği, düşünme için çaba harcama süreçlerini olumsuz etkilemektedir"* şeklindedir. Çekimser görüşler temasında ise yapay zekânın hem faydalı hem de kullanım şekline göre tehlikeli olabileceği belirtilmiştir. Bu tema altında görüş

belirten katılımcıların sayıca az olmasının nedeni katılımcıların yapay zekâ olgusunun faydalı olduğunu düşünmelerine ilişkin bulgu ile örtüşmektedir.

Araştırmanın üçüncü alt problemi okul yöneticilerinin iş süreçlerinde hangi konularda desteğe ihtiyaç duyduklarını ve bu ihtiyacı nasıl karşıladıklarını tespit etmektir. Bu kapsamda elde edilen bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. *Okul Yöneticilerinin İş Süreçlerinde Desteğe İhtiyaç Duydukları Konular ve Destek İhtiyaçlarını Karşılama Yolları*

Temalar	Kategoriler	Kodlar	f
İhtiyaçlar	İdari ve yönetsel işlemler	Mevzuat hükümleri	11
		Personel işlemleri	7
		Mali iş ve işlemler	6
		Tüm iş ve işlemlerde (eğitim öğretim/mali/personel vb.) İnceleme/Soruşturma/Denetim iş ve işlemleri	2
		Yönetim sistemi uygulamaları	2
		Disiplin iş ve işlemleri	1
		SGK iş ve işlemleri	1
		Okul Aile Birliklerine ilişkin iş ve işlemler	1
		Teknik destek iş ve işlemleri	1
		İş sağlığı ve güvenliği iş ve işlemleri	1
	Eğitim öğretime yönelik işlemler	Öğrenci işleri	4
		Mesleki Eğitim Merkezi iş ve işlemleri	2
		Ulusal/Uluslararası yarışmalara ilişkin iş ve işlemler	1
		Rehberlik servisi iş ve işlemleri	1
Çözüm yolları	Danışma	Arama motoru kullanarak	17
		Mevzuat metinlerini okuyarak	14
		Bilen birisine danışarak	6
		İletişim amaçlı gruplar yoluyla (Whatsapp, Telegram, Facebook vb.)	3
		Sıralı amirlere danışarak (Okul Müdürü, Şube Müdürü vb.)	1
		Video izleyerek	1
Genel Toplam			**83**

Tablo 4 incelendiğinde görüşlerin iki tema (ihtiyaçlar ve çözüm yolları) altında toplandığı görülmektedir. Okul yöneticileri mevzuat hükümleri, personel işlemleri, mali iş ve işlemler, inceleme/soruşturma/denetim iş ve işlemleri gibi idari ve yönetsel konularda desteğe ihtiyaç duyduklarını belirtmiştir. Ayrıca eğitim öğretime yönelik olarak öğrenci işleri, mesleki eğitim merkezi iş ve işlemleri ile ulusal/uluslararası yarışmalara ilişkin iş ve işlemlerde destek ihtiyacı duyulan konular arasındadır. Üç katılımcı görevlerine ilişkin tüm iş süreçlerinde desteğe ihtiyaç duyabildiğini belirtmiştir. Katılımcıların destek ihtiyaçlarını karşılamak için başvurdukları çözüm yolları ise arama motoru kullanmak, mevzuat metinlerini okumak, bilen birisine danışmak, iletişim amaçlı grupları kullanmak, amirlere ulaşarak sormak ve konu ile ilgili videolar izlemek şeklindedir. Y11 rumuzlu katılımcı *"daha çok personelin ve memurların maddi ve özlük konularındaki hakları ile ilgili bilgi ihtiyacı duyuyorum, bu bilgilere yönetmelikler yönergeler kanunlar ve görüşlere internetten ulaşarak elde ediyorum"* şeklinde görüş belirtmiştir. Y20 rumuzlu katılımcının görüşü ise *"mutemetlik, insan kaynakları, disiplin kurulu, okul aile birlikleri en çok mevzuata bakma ihtiyacı hissettiğim konulardır, ilgi kanun ve/veya yönetmeliği okuyarak bilgi ediniyorum"* şeklindedir.

Araştırmanın dördüncü alt problemi okul yöneticilerine iş süreçlerinde destek olmak üzere tasarlanacağı varsayılan bir yapay zekâ uygulamasının içeriğine ilişkin katılımcı görüşlerinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu kapsamda elde edilen bulgular Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. *Okul Yöneticilerine İş Süreçlerinde Destek Olmak Üzere Tasarlanacağı Varsayılan Bir Yapay Zekâ Uygulamasının İçeriğine İlişkin Katılımcı Görüşleri*

Temalar	Kategoriler	Kodlar	f
İçerik	Eğitim ve yönetim	Öğrenci işleri ile ilgili konuları içermeli.	7
		Okul yöneticileri arasında uygulama birliği sağlayacak açıklamalara yer vermeli.	2
		Okullarda kullanılan yönetim sistemleri (MEBBİS, E-okul, MYS, TKYS vb.) hakkında bilgi verebilmelidir.	2
		Açıköğretim uygulamaları ile ilgili bilgileri içermelidir.	1
		Mesleki Eğitim merkezi ile ilgili açıklamaları içermelidir.	1
		Öğretmenlerin kendilerini geliştirmelerine yönelik bilgiler içermeli.	1
		Paydaşların okula uyumu için çözümler üretebilmelidir.	1

Tablo 5. *Devamı*

Temalar	Kategoriler	Kodlar	f
İçerik	Mevzuat ve düzenlemeler	Yöneticilerin muhatap olduğu tüm mevzuatı içermelidir.	10
		Mevzuat değişikliklerinde kendisini güncellemelidir.	3
		Mevzuatta yeterince anlaşılmayan ve yoruma açık olan hükümleri açıklayabilmeli.	3
		SGK mevzuatını içermelidir.	3
		Mevzuat hükümleri ile ilgili örnek uygulamalar gösterebilmelidir.	1
		Mevzuata uygun plan veya belge hazırlayabilmeli.	1
		Görüş yazılarını içermelidir.	1
		Mevzuatta yanlış yorumlamaların önüne geçebilmelidir.	1
		Cezai yaptırım ile sonuçlanabilecek uygulamalara ilişkin bilgiler içermelidir.	1
	İdari İşler	Mali konular ile ilgili açıklamaları içermelidir.	7
		Personel işleri ile ilgili konuları içermeli.	4
		Resmi yazışmalar ile ilgili iş ve işlemleri içermelidir.	1
		Disiplin iş ve işlemleri ile ilgili açıklamaları içermelidir.	1
		İçtihat sayılabilecek mahkeme kararlarını içermelidir.	1
		İş ahlakı ile ilgili konuları içermelidir.	1
Genel Toplam			**54**

Tablo 5 incelendiğinde görüşlerin içerik teması altında toplandığı görülmektedir. Bu temada tüm kodlar içerik ile ilgili olup, kodlar eğitim ve yönetim, mevzuat ve düzenlemeler ile idari işler kategorilerinde toplanmıştır.

Eğitim ve yönetim kategorisinde geliştirileceği varsayılan yapay zekâ uygulamasının öğrenci işleri ile ilgili konuları, okullarda kullanılan yönetim sistemleri ile ilgili bilgileri ve açıköğretim ile mesleki eğitim merkezi uygulamalarına ilişkin açıklamaları içermesi gerektiği belirtilmiştir. Bu kategoride geliştirileceği varsayılan sistemin okul yöneticileri arasında iş süreçlerinde uygulama birliği sağlayacak şekilde düzenlenmesi gerektiği de belirtilmiştir. Y18 rumuzlu katılımcının görüşü *"… çok geniş kapsamlı tüm mevzuatı görüş yazılarını mahkeme kayıtlarını ve buna benzer içerikleri barındıran, tereddüte mahal bırakmayan, sorunlara cevap bulacağımız bir uygulama olmalı. Yapılan iş ve işlemler İl Milli Eğitim Müdürlüklerine hatta İlçe Milli Eğitim Müdürlüklerinde bile farklılık arz edebiliyor bazen. Bu sebep ile uygulamada birlik sağlayacak bir yapay zekâ sistemi işe yarayabilir"* şeklindedir.

Mevzuat ve düzenlemeler kategorisinde katılımcılar okulları ilgilendiren mevzuatın tamamını içeren bir yapay zekâ sistemi önermişlerdir. Bu yapay zekâ sisteminin mevzuat değişikliklerinde kendisini güncellemesi ve mevzuatta kişisel yorumlara açık olan maddeleri yoruma ve şüpheye yer bırakmayacak şekilde açıklayabilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu kapsamda Y7 rumuzlu kullanıcının görüşü *"… sistem sürekli karşılaşılan sorunlara yer vermelidir. Uygulamada birliği sağlayacak açıklamaları yapabilmeli ve mevzuatı amirin veya bir başkasının yorumuna bırakmayacak şekilde açıklayabilmelidir. …"* şeklindedir.

İdari işler kategorisinde ise katılımcılar mali konulara ilişkin açıklamaların, personel işleri ile ilgili konuların, resmi yazışma ile ilgili bilgilerin ve disiplin iş ve işlemleri ile alakalı bilgilerin geliştirileceği varsayılan sistemde yer alması gerektiğini bildirmişlerdir. Y16 rumuzlu katılımcı bu konudaki görüşünü *"öğrenci işlerine ve idari evrak işlerine yer verilmeli. Her an danışabileceğimiz güvenilir, hızlı bir ağ olmalı"* şeklinde ifade etmiştir. Okul yöneticilerine iş süreçlerinde destek olmak üzere tasarlanacağı varsayılan bir yapay zekâ uygulamasının arayüz ve verimliliğine ilişkin katılımcı görüşleri ise Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. *Okul Yöneticilerine İş Süreçlerinde Destek Olmak Üzere Tasarlanacağı Varsayılan Bir Yapay Zekâ Uygulamasının Kullanım Kolaylığına İlişkin Katılımcı Görüşleri*

Temalar	Kategoriler	Kodlar	f
Kullanım kolaylığı	Arayüz ve verimlilik	Sunduğu bilgiler net, sade ve ayrıntılı olmalıdır.	6
		Kolay ulaşılabilir olmalıdır.	5
		Mevzuata uygunluk kontrolü yapabilmelidir.	2
		Anahtar kelimelere duyarlı olmalıdır.	1
		Ara sıra yapılan işlemlerle ilgili bilgi vermelidir.	1
		Çalışma sistemi basit olmalıdır.	1
		Evrak hazırlama gibi iş ve işlemleri içermeli.	1
		Güncel olmalıdır.	1
		Güvenilir ve hızlı olmalı.	1
		İş ve işlemlerde insan yükünü azaltmalıdır.	1
		İşlemleri kendisi yapabilmelidir.	1
		Kendisine bir sorun verildiğinde çözüm önermelidir.	1
		Mobil uygulama şeklinde olmalıdır.	1
		Soru cevap yöntemi ile çalışmalıdır.	1
		Sunduğu bilgilerde mevzuat maddelerine atıf yapmalıdır.	1
Genel Toplam			**25**

Tablo 6 incelendiğinde arayüz ve verimlilik kategorisinde geliştirileceği varsayılan yapay zekâ sistemine ilişkin çalışma sistemi ve kolay kullanılabilir olmasına yönelik öneriler yer aldığı görülmektedir. Bu kapsamda sistemin net ve sade bilgiler sunan kolay ulaşılabilir bir sistem olması önerilmiştir. Sistemin güvenilir, hızlı, anahtar kelimelere duyarlı, kendisi işlem yürütebilen, sorunlara karşı çözüm sunabilen vb. bir sistem olması katılımcılar tarafından önerilmiştir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Yapay zekâ kavramı oluşturduğu fırsatlar ve beraberinde getirdiği etik kaygıları ve tehlike senaryolarıyla günümüz gündeminde kendisine yer bulmaktadır. Yapay zekâ insan hayatının hemen her alanına entegre olmaktadır. Eğitim alanı da bu alanlardan birisidir. Bu araştırmanın amacı eğitim ve eğitim yönetimi alanlarında yapay zekâ kullanımına ilişkin yönetici görüşlerini ortaya çıkarmak ve gelecekte okul yöneticilerinin iş süreçlerine destek olabilecek yapay zekâ uygulamalarının geliştirilmesine yönelik ihtiyaçları ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar bu bölümde verilecektir.

Araştırmanın birinci alt problemi okul yöneticilerinin yapay zekâya ilişkin görüşlerinin ortaya çıkarılmasıdır. Katılımcılar çoğunlukla yapay zekâya ilişkin olumlu görüşler belirtmişlerdir. Katılımcı görüşleri yapay zekânın kolaylaştırıcı rolüne vurgu yapmaktadır. Ayrıca katılımcılar yapay zekânın faydalı, önemsenmesi gereken ve ilgi çekici bir kavram olduğunu ve çağın gereği olduğunu vurgulamışlardır. Bu bulgulardan hareketle yapay zekânın günlük problemleri çözücü ve hayatı kolaylaştırıcı bir alan olduğu sonucuna ulaşılabilir. Çam vd. (2021) çalışmalarında yapay zekânın kolaylaştırıcı ve ilgi çekici olduğunu belirterek araştırmaya katılan öğretmenlerin çoğunlukla yapay zekâyı avantajlı bulduklarını belirtmiştir. Birçok bilimin kesişme noktası olan yapay zekâ (Ünsal, 2024) tıp, üretim, iletişim, enerji, ekonomi, lojistik vb. alanlarda insanların yaşam kalitelerini artırmakta ve hayatı kolaylaştırmaktadır (İşler ve Kılıç, 2021). Miller'a (2024) göre yapay zekâ, hakkındaki tüm endişelere rağmen hızla gelişmeye devam etmektedir. Bu nedenle yapay zekânın kaçınılmaz olduğunun herkes tarafından kabul edilmesi gerekmektedir (Blessing, 2022). Coşkun ve Gülleroğlu (2021) devletlerin gelecekte hâkim güç olma isteklerini yerine getirmenin ancak yapay zekâ ile mümkün olabileceğini belirtmiştir. Bu araştırmalar mevcut araştırmayı destekler niteliktedir.

Mevcut çalışmanın bulguları arasında yapay zekâya ilişkin olumlu görüşlerin yanında, çekimser ve olumsuz görüşler de yer almaktadır. Yapay zekânın araştırma ve düşünme yeteneği üzerinde bir tehlike olduğu ve bilişsel gelişimi zayıflatacağı belirtilen olumsuz görüşlerden bazılarıdır. Çekimser görüşler ise yapay zekânın fayda ya da zararının kullanım şekline göre değişeceği yönündedir. Ayrıca yapay zekânın iş gücü üzerinde de etkileri olacağı söylenebilir. Alanyazın incelendiğinde yapay zekânın beraberinde çeşitli endişeleri getirdiğini belirten çalışmalar yer almaktadır. (Çelebi ve İnal, 2019; Çetin ve Aktaş, 2021; Karataş, 2024; Kooli, 2023; Porayska-Pomsta et al., 2023; Singil, 2022). Ayrıca Çam vd. (2021) tarafından yürütülen araştırmanın bulguları arasında yapay zekânın bireyleri tembelleştirebileceği ve bu yönüyle zararlı olabileceği bulunmaktadır. Coşkun ve Gülleroğlu'na (2021) göre yapay zekâ ucuz iş gücüne olan talebin azalmasına neden olmuştur, ancak yapay zekâ ile çalışabilecek nitelikli insan gücüne olan talep ise artacaktır.

Araştırmanın ikinci alt problemi okul yöneticilerinin eğitimde yapay zekâ kullanımına ilişkin görüşlerinin ortaya çıkarılmasıdır. Katılımcılar çoğunlukla yapay zekânın eğitimde kullanılmasının olumlu

sonuçlar doğuracağını belirtmiştir. Araştırma bulgularından yola çıkılarak yapay zekânın eğitimde kullanılmasının hem eğitim öğretim açısından hem yönetim ve verimlilik açısından hem de bilgiye erişim ve analiz açısından faydalı olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcı görüşlerinden yola çıkılarak yapay zekânın eğitim öğretim sürecinde öğretmenlerin yükünü azaltacağı ve bunun yanında öğrencilere kişiselleştirilmiş öğretim olanağı sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Yapay zekânın öğretmenlere kolaylık sağlayan yönünü belirten çalışmalar (Altun, 2024; Blessing, 2022; Canpolat, 2021; Karataş, 2024; Köse vd., 2023; Okonkwo & Ade-Ibijola, 2021; Ramalingam & Maniam, 2024; Ünsal, 2024) mevcut çalışmayı destekler niteliktedir. Aynı şekilde yapay zekânın eğitimde kullanılarak bireyselleştirilmiş öğrenme ortamları oluşturacağı ve öğrenciler açısından öğrenmeyi kolaylaştırıcı etki göstereceğini belirten çalışmalar da (Altun, 2024; Arslan, 2020, 2024; Çam vd., 2021; İçöz ve İçöz, 2024; Köse vd., 2023; Nur Fitria et al., 2023; Ramalingam & Maniam, 2024; Ünsal, 2024) araştırmanın sonuçlarını destekler niteliktedir.

Yapay zekânın eğitimde kullanılması eğitim yönetimine de olumlu katkılar sağlayacaktır. Araştırma bulgularından hareketle yapay zekânın yöneticilerin işlerini kolaylaştırabileceği, mevzuat ile ilgili bilgi sağlayabileceği ve yönetim-bilgi sistemleri ile ilgili işlemlerde destek olabileceği sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca yapay zekânın bürokratik işlemleri azaltacağı, zaman tasarrufu sağlayacağı, planlama konusunda destek olacağı ve tereddüte düşülen hususları açıklığa kavuşturabileceği de söylenebilir. Okonkwo ve Ade-Ibijola (2021) yapay zekâ destekli sistemlerin yönetim, değerlendirme, danışmanlık, araştırma ve geliştirme alanlarında fayda sağlayacağını belirtmiştir. Demir Dülger ve Gümüşeli (2023) yapay zekânın zaman ve çalışan yorgunluğu gibi maliyetleri azaltarak idari destek yönünden kullanılabileceğini belirtmiştir. Polat (2024) eğitim yöneticilerinin karar alma süreçlerinin daha ekonomik ve verimli olabilmesi için yapay zekânın önemini vurgulamıştır. Coccoli et al. (2016) yapay zekânın eğitim yönetiminde kullanılabileceğini belirtmiştir. Ayrıca yapay zekânın idari görevleri otomatikleştirerek yöneticilere destek olacağını belirten çalışmalar da alanyazında yer almaktadır (Ezinwa Okokoyo et al., 2024; Ifelebuegu et al., 2023; Marino & Vasquez III, 2024; Nwile & Edo, 2023; Ramalingam & Maniam, 2024).

Araştırma bulgularından ayrıca yapay zekânın bilgiye ulaşım yöntemlerini değiştirdiği ve değiştirmeye devam edeceğini ve bunun yanında veri analizinde kolaylık sağlayarak istatistiki bilgileri derleyebileceği sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu sayede yapay zekâdan yararlanarak karmaşık konular kolaylıkla çözümlenebilecek ve alternatif bulgulara ulaşmak kolaylaşacaktır. OECD (2023) raporunda yapay zekânın aritmetik işlemlerdeki yetenekleri ve işlem hızı sayesinde önümüzdeki yıllarda nüfusun büyük kısmını etkileyecek bir unsur olduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda okul yöneticileri ve öğretmenlerin yapay zekâ uygulamalarının kullanımı konusunda farkındalık düzeylerinin yüksek olması önem arz etmektedir (Baker & Inventado, 2014; Miller, 2024; Somyürek, 2009). Katılımcılar ayrıca yapay zekânın günümüzde kaçınılmaz olduğunu ve eğitim alanında kullanımı ile ilgili akademik bilgilerin artması gerektiğini de belirtmiştir. Mevcut araştırma sonuçlarını destekler nitelikte Polat (2024) ve Tyson & Sauers (2021) de yapay zekânın eğitimde kullanılmasına ilişkin daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu belirtmiştir.

Araştırma bulgularından ulaşılabilecek başka bir sonuç ise yapay zekânın eğitimde kullanılmasının olumsuz sonuçlar doğurabileceğidir. Katılımcı görüşleri çoğunlukla yapay zekânın eğitime olumlu katkılar sağlayacağı yönünde olsa da olumsuz ve çekimser görüşlerde belirtilmiştir. Bu duruma neden olarak yapay zekânın beraberinde getirdiği etik ve güvenlik kaygıları ile meslekleri ortadan kaldıracağına yönelik endişeler olabilir. Vrontis et al. (2022) öğretmenlerin mesleklerinin ortadan kalkmasına yönelik kaygılarının ve yapay zekâ uygulamalarına yeterince aşina olmamalarının onları yapay zekâya karşı isteksiz hale getireceğini belirtmiştir. Çetin ve Aktaş (2021) yapay zekânın eğitimde ve eğitim yönetiminde kullanılmasına ilişkin senaryoları incelediği çalışmasında, yapay zekânın önemli bir destek aracı olabileceği ancak öğretmenlerin ve okul yöneticilerinin yerini alamayacağı sonucuna ulaşmışlardır. Aynı şekilde Canpolat (2021) okul rehberlik servislerinde yapay zekânın kullanımını araştırmış, yapay zekânın öğretmenlerin yerini alamayacağını ancak rehberlik süreçlerinde destek olarak kullanılabileceğini belirtmiştir. Coşkun ve Gülleroğlu (2021) ise yapay zekânın niteliksiz iş gücüne olan ihtiyacı azaltacağını ancak yapay zekâ ile çalışabilecek nitelikli iş gücüne olan ihtiyacı artıracağını vurgulamıştır. Tüm bu bulgulardan ve çalışmalardan yola çıkarak eğitim sistemlerinin yapay zekâya ve kullanımına ilişkin farkındalık oluşturacak şekilde yapılandırılması gerektiği söylenebilir.

Araştırmanın üçüncü alt problemi okul yöneticilerinin iş süreçlerinde desteğe ihtiyaç duydukları konular ile bu ihtiyaçlarını nasıl karşıladıklarının tespit edilmesidir. Araştırmaya katılan okul yöneticileri idari anlamda mevzuat hükümleri, personel işlemleri, mali işlemler, inceleme, soruşturma ve denetim işlemleri, disiplin iş ve işlemleri ile iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili iş ve işlemlerde desteğe ihtiyaç duyduklarını belirtmiştir. Katılımcı okul yöneticileri eğitim öğretime yönelik konulardan ise genel olarak öğrenci işleri, mesleki eğitim merkezi iş ve işlemleri, öğrencilerin katıldıkları yarışmalara ilişkin iş ve işlemler ile rehberlik servisi çalışmaları

konularında desteğe ihtiyaç duyduklarını belirtmiştir. Görevleri ile alakalı bütün iş ve işlemlerde destek ihtiyacı hisseden okul yöneticileri de bulunmaktadır.

Okul yöneticileri desteğe ihtiyaç duyduklarında arama motorları üzerinden araştırma yaptıklarını ve mevzuat metinlerini okuyarak çözüm aradıklarını belirtmiştir. Ayrıca okul yöneticileri iletişim amaçlı sosyal medya gruplarını da destek ihtiyaçlarına çözüm bulmak adına kullanmaktadır. Bu kapsamda okul yöneticilerinin destek ihtiyaçlarını gidermek üzere genellikle internet tabanlı yöntemler benimsediği görünmektedir. Eğitim yönetiminde yapay zekâ ve sohbet robotlarının kullanımının etkili olacağını belirten çalışmalar (Demir Dülger ve Gümüşeli, 2023; Ezinwa Okokoyo et al., 2024; Ifelebuegu et al., 2023; Marino & Vasquez III, 2024; Nur Fitria et al., 2023; Nwile & Edo, 2023; Okonkwo & Ade-Ibijola, 2021; Polat, 2024; Ramalingam & Maniam, 2024; Tyson & Sauers, 2021) alanyazında mevcuttur. Bu kapsamda okul yöneticilerinin iş süreçlerindeki destek ihtiyaçlarını karşılayabilecek yapay zekâ uygulamalarına ihtiyaç olduğu açıktır.

Araştırmanın dördüncü alt problemi ise okul yöneticilerine iş süreçlerinde destek olmak üzere geliştirildiği varsayılan bir yapay zekâ uygulamasının içeriğine ilişkin görüşlerin ortaya çıkarılmasıdır. Bu kapsamda katılımcı okul yöneticileri belirtilen yapay zekâ uygulamasının eğitim ve yönetim kapsamında öğrenci işleri, yönetim bilgi sistemleri, açık öğretim uygulamaları gibi konuları içermesi gerektiğini belirtmiştir. Mevzuat yönünden ise katılımcıların çoğu belirtilen yapay zekâ uygulamasının tüm mevzuatı içermesi gerektiğini belirtmiştir.

Araştırma kapsamında belirtilen yapay zekâ uygulamasının arayüzü ve çalışma sistemine ilişkin katılımcı görüşleri incelendiğinde ise geliştirilecek uygulamanın net, sade ve güvenilir bilgiler sunması, soru cevap sistemiyle çalışması, sunduğu bilgilerde mevzuatın hangi maddesinden yararlandığını belirtmesi gibi niteliklere sahip olması gerektiğini belirtmişlerdir. Okul yöneticilerine iş süreçlerinde destek olmak amacıyla tasarlanabilecek bir yapay zekâ uygulaması mevcut araştırmada ulaşılan bulgulardan yola çıkılarak hazırlanabilir.

Araştırma sonucunda aşağıdaki öneriler getirilmiştir;

1. Yapay zekânın kolaylaştırıcı rolünün öğretmenler ve öğrenciler açısından potansiyel faydaları araştırılmalıdır. Elde edilen bulgular yapay zekâ uygulamaları geliştirilirken kullanılmalıdır.

2. Yapay zekâya ilişkin kaygılar, kaygıların nedenleri ve kaygıların gerçekleşme ihtimalleri araştırılmalıdır. Gerçekleşme ihtimali bulunan kaygılara yönelik önleyici tedbirler alınmalıdır.

3. Eğitim yönetiminde yapay zekâ kullanımına ilişkin uygulamalar geliştirilmeli ve pilot uygulamaları yapılmalıdır.

Etik Beyan

"Okul Yöneticilerinin İş Süreçlerinde Yapay Zekâ Kullanımına İlişkin Görüşleri" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli olan etik kurul izinleri Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Bilimleri Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Kurulu'nun 31.01.2025 tarih ve E-50704946-050.04-521711 sayılı yazısı ile alınmıştır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*School Administrators' Views on Using Artificial Intelligence in Their Work Processes*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. In addition, permission was obtained from the Sivas Cumhuriyet University Educational Sciences Research Proposal Ethical Evaluation Committee (Date: 26/08/2020 and Decision no: 2020/537) to conduct the research.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarların katkı oranı %50'dir.

Statement of Contribution Rate of Researchers

The contribution rate of authors is 50%.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Adalı, E. (2017). Yapay zeka. *İTÜ Vakfı Dergisi, 75. Sayı*. www.ituvakif.org.tr

Alam, A. (2021). Possibilities and apprehensions in the landscape of artificial intelligence in education. *2021 International Conference on Computational Intelligence and Computing Applications (ICCICA)*, 1-8. https://doi.org/10.1109/ICCICA52458.2021.9697272

Alemdar, E., Günaydın, A., Aydın, G., Aydoğan, M. ve Yurdakul, M. (2023). Okul idarecileri ve sınıf öğretmenlerinin yapay zeka destekli eğitim teknolojilerine yönelik görüşleri. *International QMX Journal, 2*(1), 60-69. https://doi.org/10.5281/zenodo.10508678

Al-Jaf, K., Öz, C., Mahmud, H., & Rashid, T. A. (2024). Leveraging chatbots for effective educational administration: a systematic review. *PrePrint*. https://doi.org/10.20944/preprints202410.0238.v1

Al-Jaf, K., Öz, C., & Rashid, T. A. (2024). Beyond ChatGPT: A Hybrid Chatbot Model for Reliable Educational Administration. *PrePrint*. https://doi.org/10.20944/preprints202410.0276.v1

Altun, E. (2024). Yapay zeka ve pedagoji: Eğitimde fırsatlar ve zorluklar. *Dijital Teknolojiler ve Eğitim Dergisi, 1*, 80-95. https://doi.org/10.5281/zenodo.12637335

Arf, C. (1959). Makine düşünebilir mi ve nasıl düşünür? *Atatürk Üniversitesi Üniversite Çalışmalarını Muhite Yayma ve Halk Eğitimi Yayınları Konferanslar Serisi,* No 1.

Armağan, N., Efe, R., Güzel, S. ve Uluışık, M. (2024). Eğitimde yapay zeka kullanımı ve gelişimi. *Eurasian Academy of Sciences Eurasian Education & Literature Journal, 19*, 59-70. https://doi.org/10.17740/eas.edu.2024-V19-04

Arslan, K. (2020). Eğitimde yapay zeka ve uygulamaları. *Western Anatolia Journal of Educational Sciences, 11*(1), 71-88.

Arslan, K. (2024). Yapay zekâ eğitimde kullanılan diğer teknolojilerden farklı mı? *Yeni Türkiye Dergisi, 30*(138), 61-65. https://www.researchgate.net/publication/383771020

Baker, R. S., & Inventado, P. S. (2014). Educational data mining and learning analytics. In J. A. Larusson & B. White (Eds.), *Learning Analytics From Research to Practice* (ss. 61-75). New York: Springer.

Balcı, A. (2020). *Açıklamalı Eğitim Yönetimi Terimleri Sözlüğü* (5. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Banaz, E. ve Demirel, O. (2024). Türkçe öğretmen adaylarının yapay zeka okuryazarlıklarının farklı değişkenlere göre incelenmesi. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi, 60*, 1516-1529.

Barth, T. J. (1999). Artificial intelligence and administrative discretion implications for public administration. *American Review of Public Administration, 29*(4), 332-351.

Berg, B. L., ve Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Çev: A. Arı). Konya: Eğitim Yayınevi.

Blessing, A. E. (2022). Adoption of artificial intelligence in business education and school administration. *Journal of Business Education, Management Science and Information Technology, 8*(2), 106-115.

Canpolat, M. (2021). Psikolojik danışmanlık ve rehberlikte yapay zeka kullanılabilirliği üzerine bir araştırma. *Milli Eğitim Özel Eğitim ve Rehberlik Dergisi, 1*(1), 1-25.

Chaix, B., Bibault, J. E., Pienkowski, A., Delamon, G., Guillemassé, A., Nectoux, P., & Brouard, B. (2019). When chatbots meet patients: One-year prospective study of conversations between patients with breast cancer and a chatbot. *JMIR Cancer, 5*(1). https://doi.org/10.2196/12856

Chen, L., Chen, P., & Lin, Z. (2020). Artificial intelligence in education: A review. *IEEE Access, 8*, 75264-75278. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2988510

Chen, X., Zou, D., Xie, H., Cheng, G., & Liu, C. (2022). Two decades of artificial intelligence in education. *Educational Technology & Society, 25*(1), 28-47. https://doi.org/10.2307/48647028

Chen, Z., Lu, Y., Nieminen, M. P., & Lucero, A. (2020). Creating a chatbot for and with migrants: Chatbot personality drives co-design activities. *DIS 2020 - Proceedings of the 2020 ACM Designing Interactive Systems Conference*, 219-230. https://doi.org/10.1145/3357236.3395495

Ciechanowski, L., Przegalinska, A., Magnuski, M., & Gloor, P. (2019). In the shades of the uncanny valley: An experimental study of human–chatbot interaction. *Future Generation Computer Systems, 92*, 539-548. https://doi.org/10.1016/j.future.2018.01.055

Coccoli, M., Maresca, P., & Stanganelli, L. (2016). Cognitive computing in education. *Journal of e-Learning and knowledge Society, 12*(2), 55-69.

Cook, V. S., & Gregory, R. L. (2018). Emerging technologies: It's not what you say – It's what they do. *Online Learning Journal, 22*(3), 121-130. https://doi.org/10.24059/olj.v22i3.1463

Coşkun, B., Aktaş, M. ve Sarcan, N. (2023). Kamu yönetiminde yapay zeka uygulamaları. M. Aktaş (Ed.), *Yapay Zeka Yönetim ve Eğitim* (1. Basım). Nobel Yayıncılık. https://www.researchgate.net/publication/383414845

Coşkun, F. ve Gülleroğlu, H. D. (2021). Yapay zekanın tarih içindeki gelişimi ve eğitimde kullanılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 54*(3), 947-966. https://doi.org/10.30964/auebfd.916220

Creswell, J. W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri* (Çev: M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çam, M. B., Çelik, N., Turan Güntepe, E. ve Durukan, Ü. G. (2021). Öğretmen adaylarının yapay zeka teknolojileri ile ilgili farkındalıklarının belirlenmesi. *Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18*(48), 263-285.

Çavuş, M. N. (2024). Eğitimde yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme üzerine bir derleme. *International Journal of English for Specific Purposes (JOINESP), 2*(1), 39-54.

Çelebi, V. ve İnal, A. (2019). Yapay zeka bağlamında etik problemi. *Journal of International Social Research, 12*(66), 651-661. https://doi.org/10.17719/jisr.2019.3614

Çetin, M. ve Aktaş, A. (2021). Yapay zeka ve eğitimde gelecek senaryoları. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 18*(Eğitim Bilimleri Özel Sayı), 4225-4268. https://doi.org/10.26466/opus.911444

Demir Dülger, E. ve Gümüşeli, A. İ. (2023). Okul müdürleri ve öğretmenlerin eğitimde yapay zeka kullanılmasına ilişkin görüşleri. *ISPEC International Journal of Social Sciences & Humanities, 7*(1), 133-153. https://doi.org/10.5281/zenodo.7766578

Dijital Dönüşüm Ofisi Başkanlığı. (2021). *T.C. Cumhurbaşkanlığı Ulusal Yapay Zekâ Stratejisi (UYZS) 2021-2025*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı. Erişim adresi: https://cbddo.gov.tr/SharedFolderServer/Genel/File/TR-UlusalYZStratejisi2021-2025.pdf

Domingo-Alejo, J. (2024). AI integrated administration tool design with ML technology for smart education system. *2024 4th International Conference on Advance Computing and Innovative Technologies in Engineering, ICACITE 2024,* 1423-1428. https://doi.org/10.1109/ICACITE60783.2024.10616455

Dosovitsky, G., & Bunge, E. (2023). Development of a chatbot for depression: adolescent perceptions and recommendations. *Child and Adolescent Mental Health, 28*(1), 124-127. https://doi.org/10.1111/camh.12627

European Commission. (2018). *A definiton main capabilities and disciplines: Definition developed for the purpose of the AI HLEG's deliverables*. Brussels: European Commission. Erişim adresi: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=56341

Ezinwa Okokoyo, I., Obioma Nwaham, C., & Nwachukwu, O. G. (2024). Leveraging artificial intelligence for enhanced administrators decision making in educational institutions: a comprehensive exploration of applications, challenges, and opportunities. *Nexus International University Journal of Educational Research, 10*(1), 63-72.

Fernoaga, V., Stelea, G.-A., Gavrila, C., & Sandu, F. (2018). Intelligent education assistanat powered by chatbots. *14th International Conference eLearning and Software for Education, 2*, 377-384. https://doi.org/10.12753/2066-026x-18-122

Gardner, H. (2011). *Frames of mind the theory of multiple intelligences*. New York: Basic Books.

Goodman, R. S., Patrinely, J. R., Stone, C. A., Zimmerman, E., Donald, R. R., Chang, S. S., … Johnson, D. B. (2023). Accuracy and Reliability of Chatbot Responses to Physician Questions. *JAMA Network Open, 6*(10), E2336483. https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2023.36483

Güler, A., Halıcıoğlu, M. B. ve Taşğın, S. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Güzey, C., Çakır, O., Athar, M. H., Yurdaöz, E. ve Saad, S. (2023). Eğitimde yapay zekâ üzerine gerçekleştirilmiş araştırmalardaki eğilimlerin incelenmesi. *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi, 5*(1), 67-78. https://doi.org/10.53694/bited.1060730

Hasanov, A., Laine, T. H., & Chung, T. S. (2019). A survey of adaptive context-aware learning environments. *Journal of Ambient Intelligence and Smart Environments, 11*(5), 403-428. https://doi.org/10.3233/AIS-190534

Huang, J., Saleh, S., & Liu, Y. (2021). A review on artificial intelligence in education. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies, 10*(3), 206-217. https://doi.org/10.36941/AJIS-2021-0077

İçöz, S. ve İçöz, E. (2024). Türkçe öğretmen adaylarının yapay zekâ uygulamalarına yönelik farkındalık düzeylerinin incelenmesi. *Ulusal Eğitim Dergisi, 4*(3), 987-1001.

Ifelebuegu, A. O., Kuluma, P., & Cherukut, P. (2023). Chatbots and AI in education (AIEd) tools: The good, the bad, and the ugly. *Journal of Applied Learning and Teaching, 6*(2), 332-345. https://doi.org/10.37074/jalt.2023.6.2.29

İşler, B. ve Kılıç, M. Y. (2021). Eğitimde yapay zeka kullanımı ve gelişimi. *Electronic Journal of New Media, 5*(1), 1-11. https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2021/ejnm_v5i1001

Karakoç Keskin, E. (2016). Yapay zeka sohbet robotu ChatGPT ve Türkiye internet gündeminde oluşturduğu gündemler. *Electronic Journal of New Media, 7*(2), 114-131. https://doi.org/10.17932/iau.ejnm.25480200.2023/ejnm_v7i2003

Karaoğlan Yılmaz, F. G. ve Yılmaz, R. (2023). Yapay zekâ okuryazarlığı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması. *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi, 5*(2), 172-190. https://doi.org/10.53694/bited.1376831

Karataş, A. (2024). Uluslararası yapay zekâ stratejilerinin eğitim bağlamında değerlendirilmesi. *Social Science Development Journal, 9*(47), 15-27. https://doi.org/10.5281/zenodo.14131787

Kızıltepe, Z. (2015). İçerik analizi. İçinde F. N. Seggie ve Y. Bayyurt (Edt.), *Nitel Araştırma Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları (ss. 253-266)*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Knox, J. (2020). Artificial intelligence and education in China. Learning, *Media and Technology, 45*(3), 298-311. https://doi.org/10.1080/17439884.2020.1754236

Koçyiğit, A. ve Darı, A. B. (2023). Yapay zeka iletişiminde chatgpt: İnsanlaşan dijitalleşmenin geleceği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7*(2), 427-438. https://doi.org/10.30692/sisad.1311336

Kooli, C. (2023). Chatbots in education and research: a critical examination of ethical implications and solutions. *Sustainability, 15*(7), 5614. https://doi.org/10.3390/su15075614

Korucu, A. T. ve Biçer, H. (2024). Eğitimde yapay zekanın rolleri ve eğitsel yapay zeka uygulamaları. İçinde V. Nabiyev ve A. K. Erümit (Edt.), *Eğitimde Yapay Zekâ Kuramdan Uygulamaya* (5. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Köse, B., Radıf, H., Uyar, B., Baysal, İ. ve Demirci, N. (2023). Öğretmen görüşlerine göre eğitimde yapay zekanın önemi. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences, 9*(71), 4203-4209. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29228/JOSHAS.74125

Lappalainen, Y., & Narayanan, N. (2023). Aisha: A custom AI library chatbot using the ChatGPT API. *Journal of Web Librarianship, 17*(3), 37-58. https://doi.org/10.1080/19322909.2023.2221477

Lommatzsch, A. (2018). A next generation chatbot-framework for the public administration. In M. Hodon, G. Eichler, C. Erfurth, & G. Fahrnberger (Eds.), *Communications in Computer and Information Science* (C. 863, pp. 127-141). Žilina: Springer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-319-93408-2_10

Marino, M. T., & Vasquez III, E. (2024). Special education administrators use of artificial intelligence (AI) to synthesize data. *Journal of Special Education Leadership, 37*(2), 62-76.

Maxwell, J. A. (2018). *Nitel araştırma tasarımı etkileşimli bir yaklaşım*. (Çev: A. N. Aksoy, H. D. Duray, M. Dönmez, M. Çevikbaş, Ö. Çalışkan, S. Çevikbaş ve S. Kaya). Ankara: Nobel Yayıncılık.

MEB. (2018). *2023 Eğitim vizyon belgesi*. Ankara: MEB Yayını

Meço, G. ve Coştu, F. (2022). Eğitimde yapay zekanın kullanılması: betimsel içerik analizi çalışması. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, 12*(23), 171-193.

Mellado-Silva, R., Faúndez-Ugalde, A., & Blanco-Lobos, M. (2020). Effective learning of tax regulations using different chatbot techniques. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal, 5*(6), 439-446. https://doi.org/10.25046/aj050652

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2015). *Nitel Veri Analizi* (Çev: S. Akbaba Altun ve A. Ersoy). Ankara: Pegem Akademi.

Miller, M. (2024). *Eğitimciler için yapay zekâ*. (Çev: E. S. Güzelergene ve F. Nayır). Ankara: Anı Yayıncılık.

Murphy, R. F. (2019). *Artificial intelligence applications to support K-12 teachers and teaching: a review of promising applications, opportunities, and challenges*. Rand Corporation.

Nabiyev, V. ve Erümit, A. K. (2024). Yapay zekanın temelleri. İçinde V. Nabiyev ve A. K. Erümit (Edt.), *Eğitimde Yapay Zekâ Kuramdan Uygulamaya* (5. Baskı, ss. 2-35). Ankara: Pegem Akademi.

Nee, C. K., Rahman, M. H. A., Yahaya, N., Ibrahim, N. H., Razak, R. A., & Sugino, C. (2023). Exploring the trend and potential distribution of chatbot in education: A systematic review. *International Journal of Information and Education Technology, 13*(3), 516-525. https://doi.org/10.18178/ijiet.2023.13.3.1834

Nur Fitria, T., Elmin Simbolon, N., & Afdaleni. (2023). Chatbots as online chat conversation in the education sector. *International Journal of Computer and Information System (IJCIS) Peer Reviewed-International Journal, 04*(03), 2745-9659. https://ijcis.net/index.php/ijcis/index

Nwile, C. B., & Edo, B. L. (2023). Artificial intelligence and robotic tools for effective educational management and administration in the state-owned universities in Rivers State, Nigeria. *Faculty of Natural and Applied Sciences Journal of Mathematics and Science Education, 4*(1), 28-36.

Obschonka, M., & Audretsch, D. B. (2020). Artificial intelligence and big data in entrepreneurship: a new era has begun. *Small Business Economics, 55*(3), 529-539. https://doi.org/10.1007/s11187-019-00202-4

OECD. (2018). *The Future of Education and Skills Education 2030*. Paris: OECD Erişim adresi: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2018/06/the-future-of-education-and-skills_5424dd26/54ac7020-en.pdf

OECD. (2023). *Is education losing the race with technology? AI's progress in maths and reading*. (Educational Research and Innovation). Paris: OECD. https://doi.org/10.1787/73105f99-en

Okonkwo, C. W., & Ade-Ibijola, A. (2021). Chatbots applications in education: A systematic review. *Computers and Education: Artificial Intelligence, 2*, 1-10. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2021.100033

Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (Çev: M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Pegem Akademi.

Polat, M. (2024). Dijitalleşme ve eğitimde yapay zekâ: eğitim yönetimine yansımaları. *Education Science and Sports, 6*(2), 1-12. https://doi.org/10.70053/esas.1566395

Porayska-Pomsta, K., Holmes, W., & Nemorin, S. (2023). The ethics of AI in education. In B. du Boulay, A. Mitrovic, & K. Yacef (Eds.), *Handbook of artificial intelligence in education* (ss. 571-604). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Ramalingam, S., & Maniam, M. (2024, Nisan). Artificial intelligence trends in education among school administrators in Malaysia. *Proceedings Of International Conference On Education Teacher Training & Education Faculty*.

Robson, C. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri Gerçek Dünya Araştırması*. (Çev: Ş. Çınkır ve N. Demirkasımoğlu). Ankara: Anı Yayıncılık.

Sanji, M., Behzadi, H., & Gomroki, G. (2022). Chatbot: an intelligent tool for libraries. *Library Hi Tech News, 39*(3), 17-20. https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2021-0002

Sevgi, M., Ayyıldız, P. ve Yılmaz, A. (2023). Eğitim bilimleri alanında yapay zekâ uygulamaları ve uygulamaların alana yansımaları. İçinde Ö. Baltacı (Edt.), *Eğitim Bilimleri Araştırmaları- IV*. Gaziantep: Özgür Yayınları. https://doi.org/10.58830/ozgur.pub170.c844

Shubhendu, S., & Vijay, J. (2013). Applicability of artificial intelligence in different fields of life. *International Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER), 1*(1), 2347-3878.

Singil, N. (2022). Yapay zekâ ve insan hakları. *Public and Private International Law Bulletin, 42*(0), 121-158. https://doi.org/10.26650/ppil.2022.42.1.970856

Somyürek, S. (2009). Uyarlanabilir öğrenme ortamları: Eğitsel hiper ortam tasarımında yeni bir paradigma. *Bilişim Teknolojileri Dergisi, 1*, 29-38.

Syed, A. B., & Zoga, A. C. (2018). Artificial intelligence in radiology: Current technology and future directions. *Seminars in Musculoskeletal Radiology, 22*(5), 540-545. https://doi.org/10.1055/s-0038-1673383

Takıl, N. B., Erden, N. K. ve Sarı Arasıl, A. B. (2022). Farklı meslek grubu adaylarının yapay zekâ teknolojisine yönelik kaygı seviyesinin incelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25*(48), 343-353. https://doi.org/10.31795/baunsobed.1165386

Tomašev, N., Cornebise, J., Hutter, F., Mohamed, S., Picciariello, A., Connelly, … Clopath, C. (2020). AI for social good: unlocking the opportunity for positive impact. *Nature Communications, 11*(1). https://doi.org/10.1038/s41467-020-15871-z

Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. *Oxford University Press on behalf of the Mind Association, 59*(236), 433-460.

Türk Dil Kurumu. (2024, Aralık 20). *Zekâ nedir?* https://sozluk.gov.tr/#:~:text=%C4%B0nsan%C4%B1n%20d%C3%BC%C5%9F%C3%BCnme%2C%20ak%C4%B1l,anlak%2C%20dirayet%2C%20feraset%3A.

Tyson, M. M., & Sauers, N. J. (2021). School leaders' adoption and implementation of artificial intelligence. *Journal of Educational Administration, 59*(3), 271-285. https://doi.org/10.1108/JEA-10-2020-0221

Ukpabi, D. C., Aslam, B., & Karjaluoto, H. (2019). Chatbot adoption in tourism services: A conceptual exploration. *Robots, Artificial Intelligence and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality,* 105-121. https://doi.org/10.1108/978-1-78756-687-320191006/FULL/XML

Uludag, K. (2023). The use of AI-supported chatbot in psychology. Available at SSRN 4331367. https://ssrn.com/abstract=4331367

Ünsal, H. (2024). Yapay zeka ve yapay zekanın eğitimin geleceğine ilişkin olası doğurguları. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences, 10*(5), 674-682. https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.13851822

Van den Broeck, E., Zarouali, B., & Poels, K. (2019). Chatbot advertising effectiveness: When does the message get through? *Computers in Human Behavior, 98*, 150-157. https://doi.org/10.1016/J.CHB.2019.04.009

Villanueva, D. P. P., & Aguilar-Alonso, I. (2021). A Chatbot as a support system for educational institutions. ITMS 2021 - 2021 *62nd International Scientific Conference on Information Technology and Management Science of Riga Technical University*, Proceedings, 1-6. https://doi.org/10.1109/ITMS52826.2021.9615271

Vrontis, D., Christofi, M., Pereira, V., Tarba, S., Makrides, A., & Trichina, E. (2022). Artificial intelligence, robotics, advanced technologies and human resource management: a systematic review. *International Journal of Human Resource Management, 33*(6), 1237-1266. https://doi.org/10.1080/09585192.2020.1871398

Wollny, S., Schneider, J., Di Mitri, D., Weidlich, J., Rittberger, M., & Drachsler, H. (2021). Are we there yet? - A systematic literature review on chatbots in education. *Frontiers in Artificial Intelligence, 4*, 1-18. https://doi.org/10.3389/frai.2021.654924

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmazsoy, B. (2020). Yapay zekâ teknolojilerinin eğitimde kullanılmasının önemi (Editöre Mektup). *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi AUAd, 6*(2), 3-6.

Zawacki-Richter, O., Marín, V. I., Bond, M., & Gouverneur, F. (2019). Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education – where are the educators? *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 16*(39). https://doi.org/10.1186/s41239-019-0171-0

Zheng, H. U., & He, W. (2021). Relevant Concepts, Key Technologies and Typical Application Scenarios of AI + Education. *Journal of Physics: Conference Series 1861 012059, 1861*(1). https://doi.org/10.1088/1742-6596/1861/1/012059

EXTENDED ABSTRACT

In order to understand the concept of artificial intelligence, it is necessary to know the concept of intelligence, which forms the basis of artificial intelligence (Çam et al., 2021). The Turkish Language Association (2024) defines intelligence as "all of the abilities and skills of human beings such as thinking, reasoning, learning, visualising concepts and objects in the mind, perceiving objective facts, judging, drawing conclusions, controlling the body, perceiving emotions correctly, evaluating, inventing, etc.; understanding, dirayet, feraset". Artificial intelligence is a discipline that started in the 1950s in the modern sense to create "thinking machines". However, people's passion for creating "thinking machines" dates back to much earlier times (Nabiyev & Erümit, 2024). Although artificial intelligence studies initially go back to the robot drawings made by Al-Jazari in the 12th century, it was handled in a modern sense in the second world war and the post-war period (F. Coşkun & Gülleroğlu, 2021). In 1950, mathematician Alan Turing became the pioneer of modern artificial intelligence by raising the question "can machines think?" (Turing, 1950). John McCarthy, on the other hand, introduced the concept of artificial intelligence in 1956 and brought it to the literature and became the name pioneer (Shubhendu & Vijay, 2013). In Turkey, Ord. Prof. Dr. Cahit Arf asked the questions "Can a machine think and how can it think?" and "Can a machine with adaptability, that is, a machine that can solve problems that were not considered when the machine was built, be built and how can it be built?" at a conference he organised in 1959 (Arf, 1959). The development adventure of artificial intelligence continued rapidly after these years and took its current form. As a technology that

develops day by day, it is not known where artificial intelligence will reach. Artificial intelligence can be expressed as the use of the reasoning and prediction ability of human intelligence by machines in solving intertwined problems and making decisions under changing conditions (Obschonka & Audretsch, 2020). The main expectation regarding artificial intelligence is that the mental processes that require intelligence in humans are realised by machines. According to Çetin and Aktaş (2021), this is possible with the imitation of human intelligence. Education is a cumulative process that renews itself by adapting to the age throughout history. While education was previously carried out through the information contained in books, it has been applied with technologies such as radio, television, CD, computer until today (Korucu & Biçer, 2024). In this context, artificial intelligence technology also finds its place in the field of education with the opportunities and capabilities it offers. How artificial intelligence will affect education has not yet been revealed in real terms (Cook & Gregory, 2018). Nevertheless, today, the use of AI technologies in the field of education is included in the national and international strategy documents of different countries and institutions (Tomašev et al., 2020; Zheng & He, 2021). Since the concept of artificial intelligence is a field that provides continuous development, there is a need for more research on the use of AI in education and educational management (Alam, 2021; Cook & Gregory, 2018; Polat, 2024; Zawacki-Richter et al., 2019). In this context, when the literature on artificial intelligence and its use in education and educational management was examined, review studies were found (Adalı, 2017; Al-Jaf, Öz, Mahmud, et al., 2024; L. Chen et al., 2020; X. Chen et al., 2022; Coccoli et al., 2016; Cook & Gregory, 2018; B. Coşkun et al, 2023; Çavuş, 2024; Ifelebuegu et al., 2023; Karakoç Keskin, 2016; Knox, 2020; Korucu & Biçer, 2024; Nabiyev & Erümit, 2024; Obschonka & Audretsch, 2020; Okonkwo & Ade-Ibijola, 2021; Shubhendu & Vijay, 2013; Somyürek, 2009; Tomašev et al., 2020; Wollny et al., 2021; Yılmazsoy, 2020; Zawacki-Richter et al., 2019). Studies examining ethical problems related to artificial intelligence (Çelebi & İnal, 2019; Kooli, 2023; Porayska-Pomsta et al., 2023; Singil, 2022) and studies examining the possible positive and negative aspects of artificial intelligence (Alam, 2021; Armağan et al, 2024; Arslan, 2024; Canpolat, 2021; Çavuş, 2024; Huang et al., 2021; İşler & Kılıç, 2021; Meço & Coştu, 2022; Murphy, 2019; Nee et al., 2023; Tomašev et al., 2020; Ünsal, 2024; Wollny et al., 2021). In addition, there are studies that developed an artificial intelligence application and tested its effect in the field of education (Al-Jaf, Öz, & Rashid, 2024; Barth, 1999; Ciechanowski et al., 2019; Domingo-Alejo, 2024; Fernoaga et al, 2018; Lommatzsch, 2018; Marino & Vasquez III, 2024; Mellado-Silva et al., 2020; Nur Fitria et al., 2023; Nwile & Edo, 2023; Sevgi et al., 2023; Villanueva & Aguilar-Alonso, 2021). In addition to all these studies, there are also studies in the literature that aim to determine the awareness levels of prospective teachers, teachers and school administrators about artificial intelligence or to reveal their views (Alemdar et al, 2023; Banaz & Demirel, 2024; Blessing, 2022; Çam et al., 2021; Demir Dülger & Gümüşeli, 2023; İçöz & İçöz, 2024; Karaoğlan Yılmaz & Yılmaz, 2023; Köse et al., 2023; Ramalingam & Maniam, 2024; Takıl et al., 2022; Tyson & Sauers, 2021). In line with the mission of artificial intelligence to facilitate human life, it is possible to come across research on artificial intelligence both in the field of education and in almost every field. For example, there are studies that develop chatbots based on artificial intelligence in the field of medicine (Chaix et al., 2019; Goodman et al., 2023), psychology (Dosovitsky & Bunge, 2023; Uludag, 2023), library services (Lappalainen & Narayanan, 2023; Sanji et al., 2022), marketing (Van den Broeck et al., 2019), tourism services (Ukpabi et al., 2019) and services for immigrants (Z. Chen et al., 2020). However, when the literature is examined, there is no study aiming to reveal the views and needs of school administrators regarding artificial intelligence together. In this context, the following research questions will be sought in the current study: 1. What are school administrators' views on artificial intelligence? 2. What are the opinions of school administrators on the use of artificial intelligence in education? 3. In which subjects do school administrators feel the need for support in business processes? How do they meet these needs? 4. What are the opinions of school administrators about the content of an artificial intelligence application that is assumed to be developed to support them in business processes? In the light of the results to be obtained from the above research questions, it is thought that this study will make important contributions to the literature in terms of revealing the views of administrators on the use of artificial intelligence in the fields of education and educational administration and revealing the needs for the development of artificial intelligence applications that can support the business processes of school administrators in the future. The research was designed in phenomenological design, which is one of the qualitative research methods. Phenomenological research aims to reveal the experiences and views of a group about a phenomenon or concept (Creswell, 2016). According to Patton (2014), phenomenological research focuses on making meaning from experiences. The participants of the study consisted of 34 school administrators working in public schools in one of the central districts of Ankara province in the 2024-2025 academic year. The data of the study were collected through semi-structured interviews. Semi-structured interviews are interviews in which the researchers have an interview

form but different questions can be included according to the course of the interviews (Robson, 2015). In qualitative research, the concepts of accuracy and repeatability of findings can be used instead of validity and reliability (Yıldırım & Şimşek, 2013). In order to ensure the confirmability of the study, the findings obtained were reported in detail, in accordance with the original and as the opinions of the participants. In this context, only the findings of academic publications and the opinions of the participants were included in the study and care was taken not to include the personal opinions of the researchers. In addition, the data collected within the scope of the research will be kept confidential by the researchers and can be shared with researchers who want to re-analyse and/or conduct new research in this field upon their request. The research findings reveal that school administrators expressed generally positive opinions by emphasising the facilitating role of artificial intelligence. Participants stated that AI helps to solve daily problems and make life easier (Çam et al., 2021). However, some participants suggested that AI may pose a threat to research and thinking ability and weaken cognitive development (Blessing, 2022). Regarding the use of artificial intelligence in education, participants stated that this technology would reduce the burden of teachers and provide personalised teaching to students (Altun, 2024). They also stated that artificial intelligence will contribute to educational administration and facilitate the work of administrators (Demir Dülger & Gümüşeli, 2023). However, ethical and security concerns and concerns about the disappearance of professions were also expressed (Vrontis et al., 2022). In conclusion, artificial intelligence can make significant contributions in the fields of education and management, but negative effects and ethical concerns should be taken into consideration. It is important to use artificial intelligence consciously and carefully (Çetin & Aktaş, 2021).

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

D-8 Ülkelerinde Savunma Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Etkisi

Engin DURSUN[1], Mücella BURSAL[2]

Öz

Bu çalışmanın amacı, D-8 ülkeleri olarak ifade edilen Türkiye, Endonezya, İran, Mısır, Pakistan, Malezya, Nijerya ve Bangladeş'in 1993-2022 yılları arasında yapmış olduğu savunma harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini incelemektir. Çalışmada panel birim kök testleri, homojenlik testleri, Dumitrescu-Hurlin (2012) ve Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testleri uygulanmıştır. Dumitrescu-Hurlin (2012) panel nedensellik testi sonuçlarına göre panel geneli ülkelerde savunma sanayi harcamalarından GSYİH değişkenine birinci ve üçüncü gecikmede %10, ikinci gecikmesinde %5 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi bulunduğu, GSYİH değişkeninden savunma sanayi harcamaları değişkenine de tüm gecikme düzeylerinde %1 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) Panel nedensellik testi sonuçlarına göre, savunma sanayi harcamalarından ekonomik büyümeye Bangladeş ve Mısır'da %5 anlamlılık seviyesinde, Endonezya'da ise %1 anlamlılık seviyesinde, ülkelerin genelinde ise %5 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca ekonomik büyümeden savunma sanayi harcamalarına, Bangladeş ve Nijerya'da %10 anlamlılık seviyesinde, Mısır ve Pakistan'da ise %5 anlamlılık seviyesinde, ülkelerin genelinde ise %1 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Savunma Harcamaları, Ekonomik Büyüme, Benoit Hipotezi, D-8 Ülkeleri.

Effect of Defense Expenditures on Economic Growth in D-8 Countries

Abstract

The aim of this study is to examine the impact of defense expenditures on economic growth in the D-8 countries, namely Turkey, Indonesia, Iran, Egypt, Pakistan, Malaysia, Nigeria and Bangladesh between 1993 and 2022. Panel unit root tests, homogeneity tests, Dumitrescu-Hurlin (2012) and Emirmahmutoğlu and Köse (2011) panel causality tests were applied in the study. According to the results of Dumitrescu-Hurlin (2012) panel causality test, there is a causality relationship from defense industry expenditures to GDP variable at 10% significance level at the first and third lags and 5% significance level at the second lag, and there is a causality relationship from GDP variable to defense industry expenditures variable at 1% significance level at all lag levels. According to Emirmahmutoğlu and Köse (2011) Panel causality test results, a causality relationship was found from defense industry expenditures to economic growth at 5% significance level in Bangladesh and Egypt, at 1% significance level in Indonesia and at 5% significance level in all countries. Moreover, a causality relationship from economic growth to defense industry expenditures was found at the 10% significance level in Bangladesh and Nigeria, at the 5% significance level in Egypt and Pakistan, and at the 1% significance level in all countries.

Keywords: Military Expenditures, Economic Growth, Benoid Hypothesis, D-8 Countries.

Atıf İçin / Please Cite As:

Dursun, E. ve Bursal, M. (2025). D-8 ülkelerinde savunma harcamalarının ekonomik büyümeye etkisi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1032-1046. doi:10.33206/mjss.1597653

Geliş Tarihi / Received Date: 06.12.2024 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 22.03.2025

[1] Dr. Öğr. Üyesi – Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, edursun@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4340-2275

[2] Öğr. Gör. Dr. - Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Zara Ahmet Çuhadaroğlu Meslek Yüksek Okulu, mubursal@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2744-355X

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Savunma harcamaları bir ülkenin ulusal güvenliğini, ekonomik istikrarını ve küresel arenadaki stratejik konumunu şekillendirmede kritik bir faktördür. Savunma harcamalarının bir ülke için önemi, literatürde de vurgulandığı üzere çeşitli açılardan gözlemlenebilmektedir. Öncelikle savunma harcamaları, ulusal güvenliğin sağlanması ve bir ülkenin egemenliğinin korunması açısından hayati öneme sahiptir. Savunma sanayisinin bir ülkenin ekonomik gücünü yansıttığını ve ulusal silahlanma sisteminin desteklenmesinde önemli bir rol oynadığını vurgulanmaktadır (Arifin, Suman ve Khusaini, 2019). Ülkeler savunma harcamalarına yatırım yaparak potansiyel tehditleri caydırabilir, sınırlarını güvence altına alabilir ve vatandaşlarının güvenliğini sağlayabilir.

İkinci olarak, savunma harcamaları genellikle ekonomik büyüme ve endüstriyel gelişmeyle ilişkilidir. Önemli askeri harcamalara sahip ülkelerin genellikle savunma endüstrilerinde büyüme yaşadığını, bunun da teknolojik ilerlemelere, istihdam yaratılmasına ve ekonomik büyümeye yol açtığı belirtilmektedir (Dubauskas, 2021). Savunma harcamalarının, özellikle beklenmedik zamanlarda, tutarlı bir yatırım aracı ve istihdam kaynağı olarak ekonomide dengeleyici olarak hareket edebileceği ileri sürülmektedir (Becker, 2021). Bununla birlikte savunma harcamalarının siyasi mülahazalar ve uluslararası ilişkilerle iç içe geçmiş durumda olduğu görülmektedir. Hükümetler savunma bütçelerini diplomatik bir araç olarak, stratejik ittifaklar kurmak ve küresel çapta güç yansıtmak için de kullanabilirler. Mali kısıtlamaların savunma harcamalarını etkileyebileceğini, bunun da savunma sektörü içinde siyasi ve mali yönden kaynak tahsisinde değişikliklere yol açabileceği söylenmektedir (Becker, 2019). Ayrıca savunma harcamaları, siber tehditler ve biyolojik savaş gibi ortaya çıkan güvenlik sorunlarının çözümünde hayati önem taşımaktadır. Gordon, Loeb, Lucyshyn, ve Zhou (2015), ulusal savunma ve ekonomik istikrara yönelik oluşturduğu önemli tehdit nedeniyle dünya çapında hükümetlerin siber güvenliğin önemine vurgu yapmışlardır. Benzer şekilde Lam, Franco ve Schuler (2006) potansiyel biyoterörist saldırılara hazırlık ve halk sağlığının korunmasında biyosavunma finansmanının önemini tartışmaktadır.

Sonuç olarak, savunma harcamaları bir ülkenin güvenliğinde, ekonomik refahında, diplomatik ilişkilerinde ve modern güvenlik tehditlerine karşı hazırlığında çok yönlü ve temel bir rol oynamaktadır. Ülkeler savunma yeteneklerine yatırım yaparak yalnızca ulusal güvenliklerini sağlamakla kalmaz, aynı zamanda ekonomik büyümeyi teşvik edebilir, teknolojik yenilikleri takip edebilir ve sürekli gelişen küresel ortamda stratejik avantajını koruyabilirler. Bu yüzden çalışmanın incelenmesi önem arz etmektedir.

Çalışmadaki temel sorun, savunma harcamalarına yapılan yatırımların ekonomik büyümeyi hangi yönde etkilediğidir. Çalışmada amaç ise, D-8 ülkeleri olarak ifade edilen Türkiye, Endonezya, İran, Mısır, Pakistan, Malezya, Nijerya ve Bangladeş'in yapmış olduğu savunma harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini incelemektir. Çalışmada ilk olarak giriş bölümü ele alınmış olup sonrasında savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki, veri seti, yöntem ve bulgular, sonuç şeklinde ilerlemiştir.

Savunma Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi

İkinci Dünya Savaşı sonrasında tüm dünyada savunma harcamalarının artması ve özellikle son yıllarda savunma sanayiinde teknolojik gelişmelerin hızla ortaya çıkması, ülkeler açısından savunma harcamalarının önemini ortaya çıkarmıştır. Savunma harcamalarının ülkelerin ekonomik güçleriyle yakından ilişkili olduğu düşünüldüğünde, savunma harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisinin ülkeler bazında değerlendirilmesi gerekmektedir.

Savunma harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi denildiğinde akla ilk gelen çalışma Benoit hipotezidir. Adını araştırmacı Benoit'ten alan Benoit hipotezi, savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasında bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Benoit, 1973 yılında yaptığı çalışmasında, gelişmekte olan ülkelerde bu bağlantıyı incelemiş ve savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişkinin varlığını tespit etmiştir (Aydın, 2021). Benoit' e (1973, 1978) göre, savunma harcamaları toplam talebi artırarak ekonomik büyümede daha fazla artışa yol açabilir. Gelişmekte olan ülkelerin kaynaklarını yeterince kullanmadıklarını varsayarsak, toplam talepteki artış yatırım miktarını artıracak ve daha fazla iş yaratacak, bu durum da ekonomik büyüme oranlarında artışla sonuçlanacaktır. Diğerleri, savunma harcamalarının yan ürün etkisiyle ekonomik büyümede daha fazla artışa yol açabileceğini öne sürmüşlerdir. Bu etki, savunma harcamalarının yollar, ulaşım, limanlar ve araştırma ve eğitim gibi fiziksel ve sosyal altyapılar üzerindeki etkisinden kaynaklanır ve bunların hepsi toplum için faydalıdır ve ekonomik büyümeye elverişlidir (Deger, 1986).Benoit hipotezi, savunma harcamalarının ekonomik kalkınma üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalarla ekonomi literatüründe ilgi konusu olmuştur. Bazı araştırmalar

hipotezi çürütürken (Hewitt, 1991; Kalaitzidakis ve Tzouvelekas, 2011), diğerleri savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki olduğunu destekleyen ampirik kanıtlar sağlamıştır (Lai, Shieh ve Chang, 2002). Hipotezin politika oluşturma ve kaynak tahsisi üzerinde de etkileri vardır ve bu hipotez ile savunma yatırımlarının ekonomik ve teknolojik ilerlemeleri yönlendirmedeki potansiyel faydaları vurgulanmaktadır (Lai, Shieh ve Chang, 2002).

Savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisine ilişkin tartışmalar çelişkili bulgular ortaya koyan çalışmalarla devam etmektedir. Bazı araştırmacılar savunma harcamalarının çeşitli kanallar yoluyla ekonomik büyümeyi teşvik edebileceğini savunurken, diğerleri savunma harcamalarının diğer üretken yatırımları gölgede bırakabileceğini ve genel ekonomik kalkınmayı engelleyebileceğini öne sürüyor. Savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki incelikli ilişkiyi anlamak, politika yapıcıların bütçe tahsisleri ve ulusal güvenlik stratejileri konusunda bilinçli kararlar alması açısından çok önemlidir. Daha sonraki araştırmalar, savunma harcamalarının özellikle az gelişmiş ülkelerde ekonomik büyümeyi teşvik edebileceği fikrini destekleyen bulgularla bu hipotezi daha da araştırmıştır (Lai vd.,2002). Benoit hipotezi ile ilgili yapılan araştırmalar neticesinde savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu fikrine karşı çıkılmaktadır (Hewitt, 1991). Benzer şekilde, Askeri harcamalardaki artışın sürdürülebilir büyüme oranlarına ve yeni ekonomik fırsatlara yol açabileceği fikri de ileri sürülmektedir (Lai vd., 2002). Sonuç olarak, Benoit hipotezi, savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisine ilişkin bir bakış açısı sunarak, askeri harcamaların bir ülkenin ekonomik kalkınmasına olumlu katkıda bulunabileceğini öne sürmektedir. Bu ilişkinin dinamiklerini ve bunun ulusal ekonomiler üzerindeki etkilerini tam olarak anlamak için daha fazla araştırma ve analiz gereklidir.

Savunma harcamalarının ekonomik büyüme, dış açık ve ödemeler dengesi üzerinde etkileri görülmektedir. Savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin iki farklı görüşe dayandığı söylenebilir. Birinci görüşe göre, ülkelerin savunma harcamalarının optimum düzeyini belirlemeleri oldukça zordur. Soyut bir özellik taşıyan bu kavram ülkelerin algıladıkları risk seviyesiyle ilişkilidir. Savunmaya fazla kaynak ayrılmasının ekonomik büyümeye engel teşkil edeceği, çok az kaynak ayırmak istikrarsızlık veya kargaşaya yol açarak ekonomik büyümeyi tehdit edebilir. Ülkeler için savunma harcamalarının optimum düzeyinin belirlenebileceği varsayılsa bile, savunma maliyetinin cari tüketim, yatırım veya ulusal gelirdeki artış veya azalışlar açısından iyi değerlendirilmesi gerektiği açıktır (Brasoveanu, 2010). İkinci görüşe göre, savunma harcamalarının ekonomiyi ile ilişkili olan altyapı, teknolojik gelişme ve insan sermayesi gibi alanlarda olumlu dışsal etkileri bulunmaktadır. Kıt kaynakların cari tüketime, yatırıma ve ekonomik büyümeye doğrudan katkıda bulunmayan alanlardan geri çekilmesiyle oluşan kullanımdaki değişim maliyetinin, olumlu dışsal faydalarla nasıl telafi edileceğinin araştırılması gerekmektedir. Birçok ülkede hem toplam kamu harcamalarının, hem de GSYİH içerisinde önemli bir bölümü oluşturan savunma harcamalarına ayrılan kaynakların, büyüme için önemli sayılabilecek alternatif kullanım alanlarından çekilmekte olduğu görülmektedir (Galvin, 2002).

Savunma harcamalarının bir ülkedeki dış açığını farklı şekillerde etkilediği görülmektedir. Bunlardan ilki, savunma harcamaları bütçe gelirlerine baskı yaparak, hükümetin borçlanma ihtiyacını artırarak ve bu ihtiyacı özellikle de dış kaynaklardan karşılayarak dolaylı etki yaratmasıdır (Belin ve Hartley, 2019). İkincisi ise, ülkenin silah ithalatçısı olması ve gerekli ödemelerin dış kaynaklarla finanse edilmesi durumunda ortaya çıkan doğrudan etkidir, savunma harcamalarının ithalat yoğun olması gerçeğine dayanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerdeki savunma harcamaları, diğer kamu harcamalarına göre daha fazla ithalat odaklıdır. Bu nedenle, savunma harcamaların ödemeler dengesi üzerindeki etkisi daha olumsuzdur (Belin ve Hartley, 2019).

Savunma sanayinin ödemeler dengesi üzerinde ise hem kısa vadede hem de uzun vadede farklı etkileri bulunmaktadır. Savunma sanayine yapılacak yatırımlar, üretim ve Ar-Ge tesislerinin kurulması ve etkin bir şekilde işletilmesine kadar kısa vadede ödemeler dengesi üzerinde büyük bir baskı yaratmaktadır. Askeri harcamalar GSYİH'ye pozitif katkıda bulunabilen üretken bir faaliyet olarak kabul edilmekten öte riski azaltarak ve istikrar sağlayarak dolaylı olarak etki edeceği ve bu yüzden de gelir düzeyini ve askeri mal ve hizmet üretimini artırarak ekonomiyi dolaylı olarak etkileyebileceği söylenebilir (Rahman ve Siddiqui, 2019) .Uzun vadede ise savunma sanayinin ödemeler dengesi üzerinde genellikle olumlu etki yaratmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler üzerinde yapılan çalışmalar, başlangıçta döviz ihtiyacı duyulan yatırımların, ilk yıllardan farklı olarak, ilerleyen yıllarda ülkenin döviz açığını kapatmada faydalı olduğunu göstermiştir (Rahman ve Siddiqui, 2019). İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ise savunma sanayi yatırımlarına önem veren gelişmiş batı ülkelerinin ülke sanayisine katkıları olmuştur. Bu katkılar, silah sistemleri içerisinde irili ufaklı birçok parçanın üretilmesi ara ve yatırım malları sanayilerinin gelişmesine olumlu katkı

sağlaması ve sanayi firmaları ile işbirliği sonucunda girdi talebi artarak üretimdeki tıkanıklık ve finansman sıkıntılarını bir nebze olsun hafifleteceği şeklindedir (Abushzada, 2022). Savunma sanayi, yapısı gereği teknolojik yıpranmanın daha hızlı yaşandığı bir sanayi alanıdır. Bu nedenle, silah sistemlerindeki gelişmeleri takip edebilmek adına araştırma ve geliştirme faaliyetlerine giderek daha fazla kaynak ayrılması gerekmektedir.

Savunma harcamaları, ekonomik büyüme üzerindeki potansiyel etkileri nedeniyle ekonomik araştırmaların ilgi konusu olmuştur. Savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki karmaşık ve çok yönlü olup, bu konuda farklı bakış açıları sunan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Yerli ve yabancı literatür incelendiğinde savunma harcamalarının ekonomik büyümeyi teşvik ettiği ya da ekonomik büyüme ile hiçbir ilişkisinin olmadığı yönünde çalışmalarda mevcuttur. Çalışmalar ya talep yönlü Keynesçi modeller ya da arz yönlü neoklasik modeller üzerine yoğunlaşmıştır (Dunne, Nikolaidou, Vougas, 2001). Keynesçi bakış açısına göre, savunma harcamaları sermaye stokunun artan kullanımı ve daha yüksek yatırım yoluyla toplam talebi artırabilir ve böylece ekonomik büyümeyi teşvik edebilir. Neoklasik çerçeveye göre ise, savunma harcamaları modernizasyon ve yan etkiler yoluyla ekonomik büyümeyi teşvik edebilir. Öte yandan, yüksek büyüme oranına sahip ülkelerin askeri harcamaları artırarak iç ve dış güvenliklerini güçlendirmek veya kaynakları savunmadan diğer daha üretken kullanımlara yönlendirmek istemeleri anlamında, ekonomik büyümenin savunma harcamalarından nedensel olarak önce gelmesi makul görülmektedir (Kollias, Naxakis, Zarangas, 2004). Mintz ve Huang (1990), ABD'nin ekonomik amaçlı askeri harcamalarının büyüme üzerindeki etkisini doğrudan ve dolaylı etkiler şeklinde tespitte bulunmuşlardır. Mueller ve Ateşoğlu (1993) ABD'de savunma harcamalarının ekonominin büyüme hızı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu ileri sürmektedir. Emeru (2023), Maheswaranathan ve Jerusha (2021) ise yapmış oldukları çalışmalarda sırasıyla Etiyopya ve Sri Lanka'da savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki olduğunu bildirmiştir.

Kalyoncu ve Yücel (2006) çalışmalarında, 1956'dan 2003'e kadar Türkiye ve Yunanistan gibi ülkelerde bu ilişkiyi incelemiştir. Cuaresma ve Reitschuler (2006), savunma-büyüme bağındaki sağlamlık ve potansiyel doğrusal olmama sorunlarını araştırmıştır. Hatemi-J, Chang, Chen, Lin ve Gupta (2017), en çok savunma harcaması yapanlarda askeri harcamalar ile ekonomik büyüme arasındaki asimetrik nedenselliği araştırmıştır. Torusdağ ve Gül (2021), G7 ülkelerinde savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi analiz etmiş ve savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir dışsallık ilişkisine vurgu yapmışlardır. Kenya'daki hükümet harcamaları üzerine yapılan araştırmada, savunma harcamalarının eğitim ve tarım gibi diğer sektörlerle birlikte GSYİH büyümesini olumlu yönde etkilediğini tespit edilmiştir (Maingi, 2017). Kollias ve diğerleri (2004), 15 Avrupa Birliği (AB) ülkesi için 1961-2000 dönemi arasındaki savunma harcamaları ve ekonomik büyüme oranlarına ilişkin verileri kullanarak, eşbütünleşme ve nedensellik analizi kullanarak savunma harcamaları ile büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. 15 ülkenin 7'sinde savunma harcamalarından ekonomik büyümeye, diğerlerinde ise ekonomik büyümeden savunmaya doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Churchill ve Yew (2018) askeri harcamaların büyüme üzerindeki etkisini ampirik bir sentezle araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında gelişmiş ülkelerde askeri harcamaların ekonomik büyümeyi pozitif olarak daha fazla etkilediği yönündedir. BRIC ekonomilerinde 1993 ile 2014 yılları arasındaki yılları arasında savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde ilk olarak, savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasında uzun vadeli bir ilişki olduğu, Granger nedensellik testi sonucunda ise, uzun vadeli çift yönlü bir nedensellik olduğu tespit edilmiştir (Dash, D. P., Bal, D. P., ve Sahoo, M., 2016). Nijerya için ise savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bu değişkenlerin yanında ek olarak, döviz kuru, enflasyon oranı, borç verme oranı, brüt sermaye oranı, işsizlik de modele dahil edilmiştir. Sonuçlar, tüm değişkenler için uzun vadeli bir ilişki olduğunu göstermektedir (Anyanwu, S., and Olu-Coris, A. J., 2011).

Bununla birlikte zıt bulgular ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur. Bazı ülkelerde hem toplam kamu harcamalarının hem de GSYİH' nın büyük bir bölümünü içeren savunma harcamalarına ayrılan kaynaklar, büyüme için oldukça önemli olabilen alternatif kullanım alanlarından çekilmektedir (Galvin, 2002). Bu açıdan bakıldığında, savunma harcamalarının ülkenin kalkınmasını ve ekonomik büyümesini artıracak faaliyetler pahasına gerçekleştirildiği söylenebilir (Giray, 2004). Öte yandan savunma, ülkenin varlığını ve bağımsızlığını korumada vazgeçilmez bir hizmettir. Bu görüş, Adam Smith'in Savunmanın zenginlikten daha önemli olduğu ifadesiyle desteklenmektedir (Abushzada, 2022). Örneğin Nidhiprabha (2015) ve Ngigi (2023) kendi analizlerinde savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki olumsuz etkisini belirtmektedir. Cappelen, Gleditsch ve Bjerkholt (1984), yapmış oldukları çalışmada bazı sanayileşmiş

OECD ülkelerinde, yüksek savunma harcamasına sahip ülkelerin düşük savunma harcamasına sahip ülkelere göre daha düşük ekonomik büyüme oranlarına sahip olma eğiliminde olduğunu tespit etmişlerdir. Shahbaz, Leitão, Uddin, Arouri ve Teulon (2013) ve savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasında, değişen askeri harcama düzeylerinin büyümeyi farklı şekilde etkilediği ve ülkeden ülkeye değişen bir yapıda olabildiği için doğrusal olmayan ilişkiler tespit etmişlerdir. Stroup ve Heckelman (2001) ise, düşük askeri harcama seviyelerinin ekonomik büyümeyi artırdığı ancak daha yüksek askeri harcama seviyelerinin büyümeyi azalttığı yönünde tespitte bulunmuşlardır. Rusya'daki kamu harcamaları üzerine yapılan araştırmada ise, ulusal savunma harcamalarındaki artışın GSYİH büyüme oranında düşüşe neden olduğu ortaya çıktı (Balaev, 2019). Bayoumi ve diğerleri (1998), 1987-1989 dönemi için gelişmekte olan ülkelerdeki dünya çapındaki askeri harcamaların etkisini araştırdı. Çalışmada savunma harcamaları, silah ihracatı, silah ithalatı, hükümet tüketimi, özel tüketim, özel yatırım, toplam talep, reel GSYİH, reel ihracat, reel ithalat ve döviz kurları karşılaştırıldı. Askeri harcamalardaki azalmanın kısa vadede sivil ekonomik faaliyetlerde artışa neden olacağı sonucuna varıldı. Askeri harcamaların azaltılmasının gelişmekte olan ülkelerdeki bireyler üzerinde olumlu etkileri olabileceği sonucuna ulaşıldı. Güney Afrika ülkelerinde 1991-1997 yılları için savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma sonucunda askeri harcamalar ile ekonomik büyüme arasında düşük oranda da olsa negatif bir etki olduğu sonucuna varılmıştır (Dune, J. P., 2000). Khiui ve Mahmood (1997), Pakistan için 1972-1995 yılları arasındaki askeri harcamalar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki nedensellik testi ile incelediler. Araştırmaya göre, savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasında negatif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte çalışmada, Pakistan'ın savunma harcamalarının Hindistan'ın savunma harcamalarından olumlu etkilendiği görülmüştür.

Genel olarak, savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki karmaşık ve çok yönlü olup, çalışmalar farklı sonuçları ortaya koymaktadır. Bazı araştırmalar savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu öne sürerken, diğerleri savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasında pozitif ilişkiye dikkat çekiyor. Bu dinamikleri anlamak, politika yapıcıların savunma bütçesi tahsisleri ve bunların genel ekonomik kalkınma üzerindeki etkileri konusunda bilinçli kararlar vermesi açısından çok önemlidir.

Yöntem

Çalışmada D-8 ülkeleri olarak ifade edilen Türkiye, Endonezya, İran, Mısır, Pakistan, Malezya, Nijerya ve Bangladeş'in 1993-2022 yılları arasında yapmış olduğu savunma harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini incelemek amacıyla Panel VAR, VECM ve Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testleri uygulanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Çalışmada, araştırma kapsamındaki D-8 ülkelerindeki savunmaya yapılan harcamalar Stockholm Uluslararası Barış Araştırma Enstitüsü'ne (SIPRI) ait veri tabanından alınmıştır. SIPRI' den elde edilen savunma harcamaları verisi; silahlı kuvvetlere ait harcamalar, savunma bakanlığı harcamaları ve savunma projeleri ile uğraşan diğer devlet kurumlarına ait savunma harcamaları ve askeri operasyonlar için yapılan harcamaları kapsamaktadır (SIPRI, 2020).

Verilerin Analizi

Yatay Kesit Bağımlılığı ve Homojenite Testleri

Panel veri analizinde yatay kesit bağımlılığı olan veri setlerinde nedensellik test sonuçlarının etkilemesinden dolayı, nedensellik testlerine başlamadan önce yatay kesit bağımlılığının ve homojenliğin olup olmadığının bilinmesi önem arz etmektedir. Yatay kesit bağımlılığı, veri setini oluşturan serilerde değişkenlerin herhangi bir serisinde oluşabilecek bir şokun, panel setinde yer alan diğer ülkeleri etkileyebileceği varsayımına dayanır. Bu nedenle yatay kesit bağımlılığının varlığını sınamak adına, yatay kesit bağımlılığının olup olmadığına dair iki hipotez kurulmaktadır. H_0 hipotezinde serilerde yatay kesit bağımlılığının olmadığı varsayılırken, H_1 hipotezinde ise serilerde yatay kesit bağımlılığının olduğu varsayılmaktadır. Yatay kesit bağımlılığının olup olmadığını sınayan testlerinden birincisi, Breusch ve Pagan (1980) çalışmasında geliştirilen Lagrange Çarpanı (LM) testidir (Breusch & Pagan, 1980). Teste ait kurulan denklem, Denklem 1'deki gibidir.

$$LM = \sum_{i=j}^{N-1} \sum_{j=i+1}^{N} \acute{P}_{ij}^2 \quad : X_{N(N-1)/2}^2 \tag{1}$$

LM testinde H_0 hipotezi; yatay kesitler arasında ilişkinin olmadığını ve buna ilaveten zaman boyutunda da T yatay kesit boyutunun N kesitinden büyük olduğu durumlarda kullanılacağını varsaymaktadır. Pesaran (2004) çalışmasında kullandığı CD_{lm} testi ise hem N kesitinin ve hem de T kesitinin büyük olduğu durumlarda kullanılmaktadır (Pesaran, 2004). CD_{lm} testi, Breusch ve Pagan (1980) çalışmasındaki uygulanan testin daha gelişmiş versiyonudur. Teste göre $T \to \infty \; ve \; N \to \infty$ olduğu hallerde yatay kesit bağımlılığının olmadığı varsayılır. Ancak N>T olduğu durumlarda, CD_{lm} test sonuçlarında sapmalar görülebileceği ve N değerinin yükselmesinin sapmaları artıracağı beklenmektedir. Pesaran (2004) çalışmasında, N>T olduğu durumlarda yatay kesit bağımlılığının ölçülmesinde CD testini kullanmaktadır. Model Denklem 2'deki gibidir.

$$CD_{LM} = \sqrt{\frac{1}{N(N-1)}} \sum_{i=j}^{N-1} \sum_{j=i+1}^{N} (T p_{ij}^2 - 1) \quad : N(0,1) \tag{2}$$

CD_{lm} testine göre H_0 hipotezi, yatay kesitler arasındaki olası ilişkinin olmadığını ve kesitlerin normal dağılım gösterdiğini varsaymaktadır. Yatay kesit bağımlılığını ölçen bir diğer test ise Pesaran vd. 'nin (2008) çalışmasında kullanılan sapması düzeltilmiş LM_{adj} testidir (Pesaran, Ullah, & Yamagata T., 2008).

$$LM_{adj} = \sqrt{\left(\frac{2T}{N(N-1)}\right)} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^{N} p_{ij} \frac{(T-k)p_{ij}^2 - \mu_{Tij}}{\sqrt{V_{Tij}^2}} \tag{3}$$

Denklem 3'teki LM_{adj} denkleminde test istatistiği sonucu asimptotik olarak verilerin normal dağılım gösterdiğini varsaymaktadır (Pesaran, Ullah, & Yamagata T., 2008). Teste göre, H0 hipotezinde yatay kesit bağımlılığının olmadığı; H_1 hipotezinde ise yatay kesit bağımlılığının olduğu varsayılır. Elde edilen test sonuçlarına göre, H_0 hipotezinin kabul edildiği durumda, panele konu olan ülkeler arasında yatay kesit bağımlılığının olmadığı; H_1 hipotezinin kabul edildiği durumda ise panele konu olan ülkeler arası yatay kesit bağımlılığının olduğunu varsayılmaktadır. Karar aşamasında, analiz sonucuna göre H_0 hipotezinin kabul edildiği durumlarda birinci nesil panel birim kök testleri tercih edilirken, H_1 hipotezinin kabul edildiği durumlarda, yani panele konu olan ülke verilerinde yatay kesit bağımlılığının olması sebebiyle devam eden analizlerde ikinci nesil panel birim kök testleri tercih edilmektedir (Koçbulut & Altıntaş, 2016, s. 153).

SURADF Birim Kök Testi

Yatay kesit bağımlılığı olması durumunda kullanılan SURADF birim kök testleri serilerin durağan olup olmadığını tespit etme imkânı sunmaktadır. Breuer vd. (2002) çalışmasında geliştirilen test Denklem 4'teki gibi tanımlanmaktadır (Breuer, McNown, & Wallace, 2002).

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + \beta_i y_{it-1} + \delta_{it} + \sum_{j=1}^{pi} \varphi_{ij} \Delta y_{it-j} + \vartheta_{it} \tag{4}$$

$$cov(\vartheta_{it}, \vartheta_{jt}) \neq 0, \qquad i \neq j, \qquad t = 1,2,3, \ldots, T$$

Teste göre panele konu olan her ülke için optimal gecikme uzunluğunun birbirinden farklı olması gerekmektedir ve Denklem 4'te yer alan ADF birim kök testi her ülke için ayrı ayrı uygulanmaktadır. SURADF yöntemine göre her ülke için N'er adet temel hipotez ve alternatif hipotez ayrı ayrı test edilmektedir. Testin hipotezleri; *H_0 hipotezi serilerin birim kök taşıdığı yani serilerin durağan olmadığını*; *H1hipotezi ise serilerin birim kök taşımadığı yani serilerin durağan olduğunu* varsaymaktadır. SURADF test istatistiğinin kritik değerden küçük olması durumunda serinin ait olduğu ülke serisinin durağan olduğunu sonucu elde edilir. SURADF test istatistiğinin kritik değerden büyük olması durumunda ise serinin ait olduğu ülke serisinin durağan olmadığı sonucu elde edilir.

CADF Birim Kök Testi

Pesaran (2006) çalışmasında geliştirilen CADF testi, hem her ülke için ayrı ayrı hem de panelin tamamı için birim kök testi yapma imkânı tanımaktadır (Pesaran, 2006). Test ADF regresyonunun yatay olarak gecikmeli kesit ortalamalarını ve genişletilmiş halini sınama imkânı vermektedir (Doğru, 2014, s. 81). Test Denklem 5'te verilen regresyonun OLS ile tahminini sağlamaktadır (Pesaran, 2006, s. 269).

$$\Delta y_{it} = a_i + b_i y_{it-1} + c_i \bar{y}_{t-1} + \sum_{j=1}^{pi} d_{ij} \Delta \bar{y}_{t-j} + \sum_{j=0}^{pi} n_{ij} \Delta \bar{y}_{it-j} + e_{it} \tag{5}$$

CADF testi ayrıca hem T>N hem de N>T durumunda kullanılabilmektedir. CADF testinde hipotezler; "*H_0 hipotezinde serilerin birim kök taşıdığı yani durağan olmadığı*"; "*H_1 hipotezinde ise serilerin birim kök*

taşımadığı yani durağan olduğu" şeklindedir. Optimal gecikme uzunluğu belirlenirken Schwarz bilgi kriteri dikkate alınmaktadır. CIPS testi istatistiği ile de paneli oluşturan yatay kesitlerin aritmetik ortalaması elde edilmektedir.

Yatay Kesit Bağımlılığı ve Homojenite Testleri

Eşbütünleşme testleri önce kurulacak denklemlerdeki eğim katsayısının homojenliğinin belirlenmesi gerekmektedir. Eğim katsayısı ve homojenlik konusundaki ilk çalışma Swamy (1970) çalışması olup, Pesaran ve Yamagata (2008) çalışmasında ise Swamy'nin (1970) çalışmasında kullandığı testi geliştirerek güncellemişlerdir (Swamy, 1970) (Pesaran & Yamagata, 2008). Test, eşbütünleşme testlerinde kullanılan eğim katsayılarının tespitinde ve yatay kesitler arasında bulunan farklılıkların tespitinde kullanılmaktadır. Teste göre, H_0 hipotezi eğim katsayılarının homojen olduğunu; H_1 hipotezi ise eğim katsayılarının heterojen olduğu varsayımına dayanmaktadır (Pesaran & Yamagata, 2008, s. 55-57). Ayrıca bu hipotezlerin sınanmasında büyük ve küçük örneklem grupları için farklı test istatistiği kullanılmakta ve kurulan modelleri Denklem 6 ve 7'de gibidir.

Büyük örneklemler için: $\tilde{\Delta}= \sqrt{N}\frac{N^{-1}S-k}{\sqrt{2k}}$ (6)

Küçük örneklemler için: $\tilde{\Delta}_{.adj} = \sqrt{N}\frac{N^{-1}S-E(Z_{iT})}{\sqrt{Var}(Z_{iT})}$ (7)

Denklem 6 ve Denklem 7'de kullanılan N değeri, denklemlerdeki yatay kesit sayısını; S değeri Swamy test istatistiği değerini, k değeri ise açıklayıcı değişken değerini ve ۷ (,) T k standart hatayı ifade etmektedir.

Dumitrescu & Hurlin Panel Nedensellik Testi

Dumitrescu ve Hurlin tarafından geliştirilen panel Granger nedensellik testinde hem T<N hem de T>N olduğu durumlarda ve dengesiz panel veri setlerinde dahi kullanılabilmektedir (Dumitrescu & Hurlin, 2012). Testin bir diğer özelliği panelde eşbütünleşme olsun olmasın nedensellik testi yapılabilmesine imkân tanımaktadır. K optimum gecikme uzunluğunu, t zamanı belirten doğrusal heterojen modeli dikkate almaktadır (Alper & Oransay, 2015, s. 80). Teste göre kurulan hipotezler, *H_0 hipotezinin X'ten Y'ye nedensellik ilişkisi olmadığı; H_1 hipotezinin ise X'ten Y'ye nedensellik ilişkisi olduğu* şeklindedir. Test Denklem 8'deki gibidir.

$$y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^{K}\beta_{i,k}y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^{K}\gamma_{i,k}X_{i,t-k} + \varepsilon_{it} \quad (8)$$

Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) Panel Nedensellik Testi

Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) çalışmasında geliştirilen panel nedensellik testi, panelde yer alan serilerin farklı düzeylerde durağan olduğu ve seriler arasında da uzun dönemli ilişki bulgusu elde edilemediği hallerde tercih edilebilen, panel vektör otoregresyon temelli bir testtir (Emirmahmutoğlu & Köse, 2011, s. 875). Testin üstün yanı, heterojen yapıdaki panel veri setlerinde yatay kesit bağımlılığı olması durumunda ve serilerde eşbütünleşme ilişkisi bulunmadığı durumlarda kullanılabilme özelliğidir. Regresyon modellemesinde panel vektör otoregresyon modelinden elde edilen optimum gecikme uzunluğu k_i ile; değişkenlerin durağanlık derecelerinin maksimum seviyesi ise d_{max} ile ifade edilmektedir. Teste göre kurulan model Denklem 9 ve 10'daki gibidir (Emirmahmutoğlu & Köse, 2011, s. 872).

$$x_{i,t} = \mu_i^x + \sum_{j=1}^{k_i+d_{max_i}} A_{11,ij}x_{i,t-j} + \sum_{j=1}^{k_i+d_{max_i}} A_{12,ij}y_{i,t-j} + u_{i,t}^x \quad (9)$$

$$y_{i,t} = \mu_i^y + \sum_{j=1}^{k_i+d_{max_i}} A_{21,ij}x_{i,t-j} + \sum_{j=1}^{k_i+d_{max_i}} A_{22,ij}y_{i,t-j} + u_{i,t}^y \quad (10)$$

Bulgular

Panel veri analizinde birim kök testleri yapmadan önce serilerin yatay kesit bağımlılığına test etmek gerekmektedir. Serilerde yatay kesit bağımlılığı olmaması durumunda birinci nesil birim kök testleri, yatay kesit bağımlılığının olması durumunda ise ikinci nesil birim kök testleri tercih edilir. Panel veri analizlerinde yatay kesit bağımlılığının olup olmadığının bilinmesi amacıyla Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD ve CD_{LM} testleri, Breusch-Pagan (1980) tarafından geliştirilen CD_{LM} testi kullanılmaktadır (Pesaran, 2004)

(Breusch & Pagan, 1980). CD_{LM} ve CD_{LM2} testleri T>N olması durumunda, yani zaman boyutunun yatay boyuttan büyük olduğu durumlarda tercih edilmektedir. CD_{LM} testi de N>T olması durumunda yani yatay boyutun zaman boyutundan büyük olması durumunda kullanılmaktadır. Yatay kesit bağımlılığı testlerinde, H_0 hipotezinin kabul edildiği H_1 hipotezinin reddedildiği durumunda yatay kesit bağımlılığının olmadığı; H_0 hipotezinin reddedildiği H_1 hipotezinin kabul edildiği durumda ise yatay kesit bağımlılığının olduğu varsayılmaktadır.

Tablo 1. *Yatay-Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları*

Sabitli Model	***LNGSYIH***		***LNSSH***	
	İstatistik	***p-değeri***	***İstatistik***	***p-değeri***
CD_{lm} *(BP,1980)*	77,709	0,000	47,339	0,013**
CD_{lm} *(Pesaran, 2004)*	6,643	0,000	2,584	0,005***
CD *(Pesaran, 2004)*	-3,359	0.000	-2,464	0.007***
LM_{adj} *(PUY, 2008)*	25,080	0.000	33.363	0.000***

Not: $\Delta y_{i,t} = d_i + \delta_i y_{i,t-1} + \sum_{j=1}^{p_i} \lambda_{i,j} \Delta y_{i,t-j} + u_{i,t}$ modelinde gecikme sayısı (p_i) 1 olarak alınmıştır.

Panel veri analizinde kullanılacak verilerin yatay kesit bağımlılığı olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bundan dolayı yatay kesit bağımlılığın varlığını dikkate alan ikinci nesil birim kök testleri yapılacaktır. İkinci nesil birim kök testleri, değişkenlerin durağan olup olmama durumunu panele konu olan her ülke için ayrı ayrı test eden ve T>N olması durumunda yani zaman boyutunun yatay boyuttan büyük olması durumunda kullanılan SURADF (Seemingly Unrelated Regression Augmented Dickey-Fuller) ve CADF (Cross Sectionally Augmented Dickey-Fuller) testleridir. İlk olarak SURADF ardından CADF birim kök testleri uygulanmıştır. SURADF testine ait hipotezler şu şekilde kurulmaktadır. H_0 hipotezinin kabul edildiği H_1 hipotezinin reddedildiği durumda paneli oluşturan serilerin birim kök taşıdığı yani serilerin durağan olmadığı; H_0 hipotezinin reddedildiği H_1 hipotezinin kabul edildiği durumda ise paneli oluşturan serilerin birim kök taşımadığı yani serilerin durağan olduğu varsayılmaktadır.

SURADF test istatistiğinin kritik değerden küçük olması durumunda H_1 hipotezi kabul edilerek panele konu olan ülke serisinin durağan olduğu varsayılır. Aksine SURADF test istatistiğinin kritik değerden büyük olması durumunda H_0 hipotezi kabul edilerek ve panele konu olan o ülkenin serisinin durağan olmadığı varsayılır.

Tablo 2. *SURADF Birim Kök Testi Sonuçları*

	Sabit			***Sabit ve Trend***		
	Gecikme	***SURADF t-stat***	***10%***	***Gecikme***	***SURADF t-stat***	***10%***
LNGSYIH						
Türkiye	1	-3,3406	-4,3507	1	-3,2494	-5,1804
Bangladeş	1	1,2736	-4,3067	1	-2,4679	-5,3183
Mısır	3	-0,4721	-4,3475	3	-3,7971	-4,1846
Endonezya	1	-1,0017	-3,3956	1	-4,3095	-5,1070
Iran	1	-2,9446	-3,9308	1	-3,0592	-5,4412
Malezya	1	-1,8494	-4,1428	1	-4,7108	-6,1798
Nijerya	4	-1,1169	-4,4895	4	-2,4346	-5,6872
Pakistan	1	-3,1516	-3,6253	4	-2,1366	-5,0164
LNSSH						
Türkiye	1	-3,0213	-3,4173	1	-0,7693	-4,9102
Bangladeş	2	0,3291	-3,1203	2	-2,3275	-4,4106
Mısır	1	-3,0110	-4,2343	3	-2,9560	-5,5696
Endonezya	1	0,0603	-3,7253	1	-6,7483	-5,3156
Iran	1	-2,8565	-3,7225	1	3,1807	-4,7897
Malezya	1	-1,9572	-4,4088	1	-2,4038	-5,7185
Nijerya	4	-1,5444	-4,1977	4	-3,6489	-5,8001
Pakistan	1	-1,5077	-3,4515	3	-4,5450	-3,7794

Not: Maksimum gecikme uzunluğu 4 olarak alınmış ve optimal gecikme uzunlukları, Schwarz bilgi kriterine göre belirlenmiştir. Kritik değerler, 100 bootstrap dağılımından elde edilmiştir.

SURADF birim kök testi sonuçlarına göre yalnızca Endonezya ve Pakistan'ın savunma sanayi harcamalarının sabit+trendli modellerinde birim kök taşımadığı ve durağan olduğu bulgusu elde edilmektedir. Bu iki seri dışındaki tüm GSYİH ve savunma sanayi harcamaları serilerinde birim kök bulunmakta ve serilerin durağan olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

CADF testinde hem tüm panele için hem de panelde yer alan her bir ülke için tek tek birim kök testi yapılabilir. Ayrıca CADF testi hem T>N olduğu durumda hem de N>T olması durumunda kullanılabilir. CADF testi hipotezleri; H_0 hipotezinin kabul edilmesi durumunda serilerin birim kök taşıdığı yani serilerin durağan olmadığı, H_1 hipotezinin kabul edilmesi durumunda da serilerin birim kök taşımadığı yani serilerin durağan olduğu kabul edilir. CADF test istatistiği Pesaran (2006) verdiği tablo değerleri ile karşılaştırılır (Pesaran, 2006). Eğer CADF tablo değeri, CADF istatistiğinden büyükse H_1 hipotezi kabul edilir ve o ülkeye ait serinin durağan olduğu kabul edilir.

Tablo 3. *CADF Birim Kök Testi Sonuçları*

	Sabit		***Sabit ve Trend***	
	Gecikme	***CADF-stat***	***Gecikme***	***CADF-stat***
LnGSYIH				
Türkiye	1	-2,163	1	-2.427
Bangladeş	1	-1,172	1	0,161
Mısır	3	-2,807	3	-3,089
Endonezya	1	-3,460**	1	-3,340
Iran	1	-1,762	1	-1,451
Malezya	1	-4,112***	1	-4,098**
Nijerya	4	-1,911	4	-2,366
Pakistan	1	-2,003	4	-1,006
Panel		-2,424**		-2,202
lnSSH				
Türkiye	1	-1,455	1	-0,973
Bangladeş	2	-1,944	2	-0,399
Mısır	1	-3,850**	3	-2,692
Endonezya	1	-2,801	1	-2,706
Iran	1	-2,640	1	-3,003
Malezya	1	-2,572	1	-1,849
Nijerya	4	-1,728	4	-2,026
Pakistan	1	-2,566	3	-2,611
Panel		-2,444**		-2,032

Not: Maksimum gecikme uzunluğu 4 olarak alınmış ve optimal gecikme uzunlukları, Schwarz bilgi kriterine göre belirlenmiştir.

"CADF istatistiği kritik değerleri, sabitli modelde -4.11 (%1), -3.36 (%5) ve -2.97 (%10) (Pesaran 2007, table I(b), p:275) ; sabit ve trendli modelde -4.67 (%1), -3.87 (%5) ve -3.49 (%10)" (Pesaran 2007, table I(c), p:276). "Panel istatistiği kritik değerleri, sabitli modelde -2.57 (%1), -2.33 (%5) ve -2.21 (%10) (Pesaran 2007, table II(b), p:280) ; sabit ve trendli modelde -3.10 (%1), -2.86 (%5) ve -2.73 (%10)" (Pesaran 2007, table II(c), p:281).

Panel istatistiği CADF istatistiklerinin ortalaması alınarak hesaplanmaktadır. CADF birim kök testi sonuçlarına göre de GSYİH değişkeninin sabitli modelde Endonezya, Malezya ve genel panel istatistiğinde seriler durağan, sabit+trendli modelde ise Malezya serisinin durağan olduğu; savunma sanayi harcamalarında sabitli modelde Mısır ve genel panel serilerinin durağan olduğu bulgusu elde edilmektedir. Birim kök testleri sonrasında oluşturulan modelin yatay kesit bağımlılığı ve homojenitesi test edilmektedir. Test sonucunda yatay kesit bağımlılığı olduğu ve katsayıların heterojen bir şekilde dağıldığı gözlemlenmiştir.

Tablo 4. *Yatay-kesit Bağımlılığı ve Homojenite Testi Sonuçları*

Regresyon Modeli: $lnGSYIH_{it} = \alpha_i + \beta_{1i} lnSSH + \varepsilon_{it}$	***İstatistik***	***p-değeri***
Yatay Kesit Bağımlılığı Testleri:		
LM *(BP,1980)*	70,914	0.000***
CD_{lm} *(Pesaran, 2004)*	5,735	0.000***
CD *(Pesaran, 2004)*	2,983	0.001***
LM_{adj} *(PUY, 2008)*	28,462	0.000***
Homojenite Testleri:		
$\tilde{\Delta}$	8,989	0.000***
$\tilde{\Delta}_{adj}$	9,458	0.000***

Bu sonuçlar doğrultusunda yatay kesit bağımlılığının varlığını kabul eden ve heterojen tahmin yöntemine dayalı nedensellik testleri yapılmasına uygun olacaktır (Tatoğlu, 2018, s. 154). Bu doğrultuda Dumitrescu-Hurlin (2012) ve Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testleri uygulanacaktır.

Dumitrescu-Hurlin (2012) panel nedensellik testine göre değişkenler arasında nedensellik ilişkisi incelenmektedir. Birinci hipotezde bağımsız değişkenden bağımlı değişkene nedensellik ilişkisi, ikinci hipotezde ise bağımlı değişkenden bağımsız değişkene nedensellik ilişkisi test edilecektir.

Birinci durumda, H0 Hipotezi, "Savunma sanayi harcamalarından büyümeye nedensellik ilişkisi yoktur", H1 Hipotezi ise "Savunma sanayi harcamalarından büyümeye nedensellik ilişkisi vardır" şeklinde kurulmaktadır.

İkinci durumda ise H0 Hipotezi, "Büyümeden savunma sanayi harcamalarına nedensellik ilişkisi yoktur", H1 Hipotezi ise " Büyümeden savunma sanayi harcamalarına büyümeye nedensellik ilişkisi vardır" şeklinde kurulmaktadır.

Değişkenler arası nedensellik ilişkisi sonuçları Tablo 5'teki verilmiştir.

Tablo 5. *Dumitrescu-Hurlin (2012) Panel Nedensellik Test Sonuçları*

	H_0: LNSSH, LNGSYIH'e neden olmaz			***H_0: LNGSYIH, LNSSH'e neden olmaz***		
	W Stat	***Z Stat***	***Prob.***	***W Stat***	***Z Stat***	***Prob.***
1	2.19818	1.93075	0.0535*	3.20217	3.66950	0.0002***
2	4.20419	2.36329	0.0181**	6.82818	5.44280	5.E-08***
3	5.15686	1.65415	0.0981*	8.25675	4.46610	8.E-06***
4	6.33246	1.31310	0.1891	10.2292	4.15715	3.E-05***

Dumitrescu-Hurlin (2012) panel nedensellik test sonuçları; savunma sanayi harcamalarından GSYİH değişkenine birinci ve üçüncü gecikmede %10, ikinci gecikmesinde %5 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi bulunduğunu, dördüncü gecikmede ise istatistiki olarak anlamlı bir nedensellik ilişkisi bulunmadığını göstermektedir.

Testin diğer bir sonucu ise GSYİH değişkeninden savunma sanayi harcamaları değişkenine tüm gecikme düzeylerinde %1 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi olduğudur.

Bu sonuçlara göre panel genelindeki ülkeler için savunma sanayi harcamalarından büyümeye farklı gecikmelerde nedensellik ilişkisi bulunduğu, ancak büyümeden savunma sanayi harcamalarına tüm gecikmelerde daha kuvvetli bir nedensellik ilişkisi bulunduğu söylenebilir. Bu durumda panel genelindeki ülkeler için 1993-2022 döneminde büyümenin savuma sanayi harcamaları üzerindeki etkisinin, büyümenin savunma sanayi harcamalarına olan etkisinden daha güçlü olduğu söylenebilir. Karagol ve Palaz (2004), (Maingi (2017) ve Kollias ve diğerleri (2004) yapmış oldukları çalışmalarda benzer sonuçlara ulaştıkları görülmektedir.

Son olarak her ülkenin değişkenleri arasında ayrı ayrı nedensellik ilişkisinin tespiti amacıyla Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) çalışmasında geliştirilen panel nedensellik testi yapılarak incelenecektir.

Birinci durumda, H0 Hipotezi, "Savunma sanayi harcamalarından büyümeye nedensellik ilişkisi yoktur", H1 Hipotezi ise "Savunma sanayi harcamalarından büyümeye nedensellik ilişkisi vardır" şeklinde kurulmaktadır.

İkinci durumda ise H0 Hipotezi, "Büyümeden savunma sanayi harcamalarına nedensellik ilişkisi yoktur", H1 Hipotezi ise " Büyümeden savunma sanayi harcamalarına büyümeye nedensellik ilişkisi vardır" şeklinde kurulmaktadır.

Değişkenler arası nedensellik ilişkisi sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. *Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) Panel Nedensellik Testi Sonuçları*

Ülke	*Gecikme*	*LNSSH≠>LNGSYIH*		*LNGSYIH≠>LNSSH*	
		Wald	*p-value*	*Wald*	*p-value*
Türkiye	2	0.701013	0.704	4.347635	0.113
Bangladeş	2	6.139781	0.046**	5.419644	0.066*
Mısır	2	6.074555	0.047**	8.055354	0.017**
Endonezya	1	6.986251	0.008***	2.115288	0.145
Iran	1	1.523320	0.217	1.774647	0.182
Malezya	1	1.381722	0.239	0.216407	0.641
Nijerya	1	0.539171	0.462	3.152229	0.075*
Pakistan	2	1.215837	0.544	6.225922	0.044**
Fisher		**31,186**	**0,012****	**37,343**	**0,001*****

Not: ***, ** ve * rakamları sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyelerini göstermektedir.

Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testi sonuçlarına göre savunma sanayi harcamalarından GSYİH değişkenine Bangladeş ve Mısır'da %5 anlamlılık seviyesinde, Endonezya'da ise %1 anlamlılık seviyesinde, ülkelerin genelinde ise %5 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi bulgusu elde edilmektedir.

Testte ayrıca GSYİH değişkeninden savunma sanayi harcamaları değişkenine Bangladeş ve Nijerya'da %10 anlamlılık seviyesinde, Mısır ve Pakistan'da ise %5 anlamlılık seviyesinde, ülkelerin genelinde ise %1 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir.

Test sonucunda Bangladeş, Mısır, Endonezya ve panel geneli ülkeler için savunma sanayi harcamalarının büyümeye etkisinin olduğu söylenebilir. 1993-2022 dönemi için bu ülkelerin Benoid hipotezini doğruladığı söylenebilir. Lai, Shieh ve Chang, (2002), Aydın (2021) ve Hewitt (1991) yapmış oldukları çalışmalarda benzer sonuçlara ulaştıkları görülmektedir.Testten çıkan ikinci sonuca göre de Mısır ve Pakistan'da daha güçlü olmak üzere bu ülkelere ilaveten Bangladeş ve Nijerya'da büyümenin savunma sanayi harcamalarına etkisi bulunduğu söylenebilir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Ekonomi literatüründe, savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde etkisinin olup olmadığı son yıllarda yapılan araştırmalar içerisinde önemini korumaktadır. Her ülkenin mevcut olan jeopolitik konumu, yapısal farklılığı, politik, sosyal ve ekonomik durumu nedeniyle savunma harcamalarının birbirinden farklılık gösterdiği görülmektedir. Savunma hizmetleri, ülkelerin ayakta kalabilmesi, varlığını ve birliğini iç ve dış tehditlere karşı koruyabilmesi açısından vazgeçilmez bir unsurdur.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar 1993-2022 yılları arasındaki D-8 ülkelerinin savunma harcamaları ve ekonomik büyüme rakamları ile sınırlıdır. Çalışmada D-8 ülkeleri olarak ifade edilen Türkiye, Endonezya, İran, Mısır, Pakistan, Malezya, Nijerya ve Bangladeş'in 1993-2022 yılları arasında yapmış olduğu savunma harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini incelenmiştir. Bu sebeple çalışmada Panel VAR, VECM ve Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testleri uygulanmıştır. Analiz bulgularına göre, Panel VAR analizine göre kısa dönemde GSYIH değişkeninden savunma sanayi harcamaları değişkenine %10 anlamlılık seviyesinde tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Kalyoncu ve Yücel (2006), Erdoğdu (2006) ve Taş vd. (2013) yapmış oldukları çalışmalarda da benzer bulgulara ulaşılmıştır. Panel VECM analizine göre de uzun dönemde GSYİH değişkeninden savunma sanayi harcamalarına %5 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi olduğu, savunma sanayi harcamaları değişkeninden GSYİH değişkenine de %1 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) tarafından geliştirilen panel nedensellik testi sonuçlarına göre ise, D-8 ülkeleri olarak ifade edilen Türkiye, Endonezya, İran, Mısır, Pakistan, Malezya, Nijerya ve Bangladeş ülkelerinde, savunma sanayi harcamalarından ekonomik büyümeye doğru nedensellik ilişkisi; ekonomik büyümeden savunma sanayi harcamalarına doğru nedensellik ilişkisi bulgusu elde edilmiştir.

Araştırma bulgularından hareketle bütçe içerisinde savunma harcamalarına ayrılan payın artırılmasının ekonomik büyüme üzerinde pozitif dışsallığa yol açacağı düşünülmektedir. Bu yüzden hükümetler savunma harcamalarına daha fazla pay ayırarak ekonomik büyümeyi hızlandırabilirler. Ayrıca yerli savunma sanayii ve askeri silah ve teçhizatına yönelik yapılan yatırımların da ekonomik büyüme üzerinde iyileştirici etkisi olabilir. Çalışmadan hareketle, savunma harcamalarına yapılan yatırımların ekonomik büyümeyi etkileyip etkilemediği ya da ekonomik büyüme arttıkça savunma harcamalarında meydana gelebilecek değişimi incelemek gerek politika yapıcılar için gerekse de araştırmacılar için yol gösterici olacaktır.

Etik Beyan

"*D-8 Ülkelerinde Savunma Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Etkisi*" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Effect of Defense Expenditures on Economic Growth in D-8 Countries*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Statement of Contribution Rate of Researchers

The contribution rates of the authors in the study are equal.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Not

Bu makale 23-24-25 Mayıs 2024 tarihinde Uluslararası Ekonomi Finans ve İşletme Kongresinde (EFİ) sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve düzenlenmiş ve genişletilmiş halidir.

Kaynakça

Abushzada, F. (2022). Dynamic panel data analysis: The relationship between spendings on national defence and economic growth.

Alper, A., & Oransay, G. (2015). Cari açık ve finansal gelişmişlik ilişkisinin panel nedensellik analizi ekseninde değerlendirilmesi. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, 1*(2), 73-85.

Anyanwu, S., and Olu-Coris, A. J. (2011). Defence expenditure and economic growth in Nigeria: A vector error correction model (VECM) approach. *Asian Journal of Empirical Research, 1*(2), pp. 31-40.

Arifin, Z., Suman, A., & Khusaini, M. (2019). Countertrade mechanism of global arms trade: case study of indonesia. *International Journal of Financial Research, 11(*1), 307. https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n1p307

Aydın, B. (2021). Theoretical and empirical literature of the relationship between defense expenditures and economic growth. *Finans Ekonomi Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(*2), 208-215. https://doi.org/10.29106/fesa.858707

Balaev, A. (2019). The structure of public spending and economic growth in Russia. Russian Journal of Economics, 5(2), 154-176.

Bayoumi, T., Hewitt, D., and Symansky, S. (1998). The impact of worldwide military spending cuts on developing countries. *Journal of Policy Modeling, 20*(3), pp. 261 303.

Becker, J. (2019). Accidental rivals? eu fiscal rules, nato, and transatlantic burden-sharing. *Journal of Peace Research, 56*(5), 697-713. https://doi.org/10.1177/0022343319829690

Becker, J. (2021). Rusty guns and buttery soldiers: unemployment and the domestic origins of defense spending. *European Political Science Review, 13*(3), 307-330. https://doi.org/10.1017/s1755773921000102

Belin, J., and Hartley, K. (2019). The Economics of the Global Defence Industry.

Brasoveanu, L. (2010). The Impact of Defense Expenditure on Economic Growth. Journal for Economic Forecasting. 13. pp. 148-167.

Breuer, J. B., McNown, R., & Wallace, M. (2002). Series-specific Unit Root Tests with Panel Data. *Oxford Bulletin Of Economics And Statistics, 64*(5), 527-546.

Breusch, T. S., & Pagan, A. R. (1980). The Lagrange Multiplier Test and its Applications to Model Specification in Econometrics. *The Review of Economic Studies (47-1*), 239-253.

Cappelen, A., Gleditsch, N., & Bjerkholt, O. (1984). Military spending and economic growth in the oecd countries. *Journal of Peace Research, 21*(4), 361-373. https://doi.org/10.1177/002234338402100404

Cuaresma, J. and Reitschuler, G. (2006). 'guns or butter?' revisited: robustness and nonlinearity issues in the defense–growth nexus. *Scottish Journal of Political Economy, 53*(4), 523-541. https://doi.org/10.1111/j.1467-9485.2006.00393.x

Dash, D. P., Bal, D. P., and Sahoo, M. (2016). Nexus between defense expenditure and economic growth in BRIC economies: An empirical investigation.

Deger, S. (1986) Economic development and defense expenditure, *Economic Development and Cultural Change, 34*, 179–96.

Doğru, B. (2014), Euro Bölgesinde İşsizlik Histerezisinin İkinci Nesil Panel Birim Kök Testleri ile Analizi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 14*, Sayı 3, 77-86.

Dubauskas, G. (2021). Conditions influencing the change of defense budgets - the case of lithuania. *Insights Into Regional Development, 3*(2), 282-288. https://doi.org/10.9770/ird.2021.3.2(8)

Dune, J. P. (2000). The Economic Effects of Military Expenditure in Developing Co-untries (NW4 4BT b.). Economics Group Middlesex University Business School, London.

Dunne, P., Nikolaidou, E. and Vougas, D. (2001) Defence spending and economic growth: a causal analysis for Greece and Turkey. *Defence and Peace Economics, 12*, 5–26.

Dumitrescu, E.-I., & Hurlin, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic Modelling, 29*(4), 1450-1460.

Emeru, G. (2023). Effect of public expenditure on economic growth in the case of ethiopia. *The Scientific World Journal,* 2023, 1-14. https://doi.org/10.1155/2023/9305196

Emirmahmutoglu, F., & Köse, N. (2011). Testing for Granger causality in heterogeneous mixed panels. *Economic Modelling 28*.3 , 870-876.

Erdoğdu, O. S. (2006). Political Decisions and Growth. Http://Mpra.Ub.Unimuenchen. De/2520/1/MPRA Paper 2520.

Giray, F. (2004). Savunma harcamalari ve ekonomik büyüme. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 5*(1), 181-199.

Galvin, H. (2002). The impact of defence spending on the economic growth of developing countries: a cross-section study. *Defence and Peace Economics. 14. pp*. 51-59.

Gordon, L., Loeb, M., Lucyshyn, W., & Zhou, L. (2015). Externalities and the magnitude of cyber security underinvestment by private sector firms: a modification of the gordon-loeb model. *Journal of Information Security, 06*(01), 24-30. https://doi.org/10.4236/jis.2015.61003

Hatemi-J, A., Chang, T., Chen, W., Lin, F., & Gupta, R. (2017). Asymmetric causality between military expenditures and economic growth in top six defense spenders. *Quality & Quantity, 52*(3), 1193-1207. https://doi.org/10.1007/s11135-017-0512-9

Hewitt, D. (1991). Military expenditure: international comparison of trends. *Imf Working Paper, 91*(54), i. https://doi.org/10.5089/9781451847420.001

Kalaitzidakis, P. and Tzouvelekas, V. (2011). Military spending and the growth-maximizing allocation of public capital: a cross-country empirical analysis. *Economic Inquiry, 49*(4), 1029-1041. https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.2009.00242.x

Kalyoncu, H. and Yücel, F. (2006). An analytical approach on defense expenditure and economic growth. *Journal of Economic Studies, 33*(5), 336-343. https://doi.org/10.1108/01443580610706564

Karagol, E., & Palaz, S. (2004). Does defence expenditure deter economic growth in Turkey? A cointegration analysis. *Defence and Peace Economics*, 15(3), 289-298.

Khiui, N. M., and Mahmood, A. (1997). Military expenditures and economic. *Pakistan Development Review, 36*(4), pp. 791-808.

Koçbulut, Ö., & Altıntaş, H. (2016). İkiz Açıklar ve Feldstein-Horioka Hipotezi: OECD Ülkeleri Üzerine Yatay Kesit Bağımlılığı Altında Yapısal Kırılmalı Panel Eşbütünleşme Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi(48)*, 145-174.

Kollias, C. (2004). 7 the Greek-Turkish Rapprochement, the Underlying Military Tension and Greek Defense Spending. *Turkish Studies, 5*(1), pp. 99-116.

Kollias, C., Naxakis, C. and Zarangas, L. (2004c) Defence spending and growth in Cyprus: a causal analysis. Defence and Peace Economics 15(3) 299–307.

Lai, C., Shieh, J., & Chang, W. (2002). Endogenous growth and defense expenditures: a new explanation of the benoit hypothesis. *Defence and Peace Economics, 13*(3), 179-186. https://doi.org/10.1080/10242690210975

Lam, C., Franco, C., & Schuler, A. (2006). Billions for biodefense: federal agency biodefense funding, fy2006–fy2007. *Biosecurity and Bioterrorism Biodefense Strategy Practice and Science, 4*(2), 113-127. https://doi.org/10.1089/bsp.2006.4.113

Maheswaranathan, S. and Jerusha, R. (2021). The impact of national defense expenditure on growth of economy in sri lanka. *International Journal of Research -Granthaalayah, 9*(3), 18-25. https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i3.2021.3710

Maingi, J. (2017). The impact of government expenditure on economic growth in kenya: 1963-2008. *Advances in Economics and Business, 5*(12), 635-662. https://doi.org/10.13189/aeb.2017.051201

Mintz, A. and Huang, C. (1990). Defense expenditures, economic growth, and the "peace dividend". *American Political Science Review, 84(*4), 1283-1293. https://doi.org/10.2307/1963264

Mueller, M. and Atesoglu, H. (1993). Defense spending, technological change, and economic growth in the united states. *Defence Economics, 4*(3), 259-269. https://doi.org/10.1080/10430719308404765

Ngigi, C. (2023). Exploring the role of government spending in fostering economic development in kenya.. https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2942072/v1

Nidhiprabha, B. (2015). Lessons from thailand's fiscal policy. *Asian Economic Papers, 14*(3), 110-125. https://doi.org/10.1162/asep_a_00384

Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. CESifo Working Paper (1229), 1-40.

Peseran, M. H. (2006), "A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Crosssection Dependecy", *Cambridge Working Papers in Economics, 0346*.

Pesaran, M. H., & Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of Econometrics, 142*(1) , 50-93.

Pesaran, M. H., Ullah, A., Yamagata T. (2008), "A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence", *The Econometrics Journal, 11*(1), 105-127.

Rahman, T., and Siddiqui, D. A. (2019). The effect of military spending on economic growth in the presence of arms trade: A global analysis. *SSRN Electronic Journal.*

Shahbaz, M., Leitão, N., Uddin, G., Arouri, M., & Teulon, F. (2013). Should portuguese economy invest in defense spending? a revisit. *Economic Modelling, 35*, 805-815. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2013.08.038

SIPRI (2020). Military Expenditure Database. https://www.sipri.org/databases/milex

Stroup, M. and Heckelman, J. (2001). Size of the military sector and economic growth: a panel data analysis of africa and latin america. *Journal of Applied Economics, 4*(2), 329-360. https://doi.org/10.1080/15140326.2001.12040568

Swamy, P. A. (1970). *Efficient Inference in a Random Coefficient Regression Model. Econometrica,* 38(2), 311-323.

Taş, S., Örnek, İ., ve Aksoğan, G. (2013). Türkiye'de Savunma Harcamaları, Büyüme ve Gelir Eşitsizliği, 1970-2008: Ekonometrik Bir İnceleme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences,* 12(3), 659-682.

Tatoğlu, F. Y. (2018). Panel zaman serileri analizi. 2. Baskı İstanbul: Beta Yayınları.

Torusdağ, M., & Gül, E. (2021). Defense Expenditures Current Account Deficit and Economic Growth Relationship: The Case of NATO Countries. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government Vol, 27*(2).

Yardımcıoğlu, F., & Gülmez, A. (2013). Türk Cumhuriyetlerinde ihracat ve ekonomik büyüme ilişkisi: Panel eşbütünleşme ve panel nedensellik analizi. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 8*(1), 145-161.

EXTENDED ABSTRACT

Defense spending is a critical factor in shaping a country's national security, economic stability and strategic position in the global arena. The importance of defense expenditures for a country can be observed from various perspectives, as emphasized in the literature. First of all, defense expenditures are vital for ensuring national security and protecting a country's sovereignty. It is emphasized that the defense industry reflects the economic power of a country and plays an important role in supporting the national armament system (Arifin, Suman, & Khusaini, 2019). By investing in defense spending, countries can deter potential threats, secure their borders and ensure the safety of their citizens. Second, defense spending is often associated with economic growth and industrial development. Countries with significant military spending often experience growth in their defense industries, leading to technological advances, job creation and economic growth (Dubauskas, 2021). It is argued that defense spending can act as a stabilizer in the economy as a consistent source of investment and employment, especially in unexpected times (Becker, 2021). However, defense spending is intertwined with political considerations and international relations. Governments can also use defense budgets as a diplomatic tool to build strategic alliances and project power globally. It is argued that fiscal constraints can affect defense spending, leading to changes in political and financial resource allocation within the defense sector (Becker, 2019). Moreover, defense spending is vital in addressing emerging security challenges such as cyber threats and biological warfare. Gordon, Loeb, Lucyshyn, and Zhou (2015) emphasized the importance of cybersecurity for governments worldwide due to the significant threat it poses to national defense and economic stability. Similarly, Lam, Franco, and Schuler (2006) discuss the importance of biodefense financing in preparing for potential bioterrorist attacks and protecting public health. The first study that comes to mind when the relationship between defense expenditures and economic growth is mentioned is the Benoit hypothesis. The Benoit hypothesis, named after the researcher Benoit, revealed the existence of

a relationship between defense expenditures and economic growth. In his 1973 study, Benoit examined this link in developing countries and found a significant and positive relationship between defense expenditures and economic growth (Aydın, 2021). The Benoit hypothesis has been a subject of interest in the economics literature with studies investigating the effects of defense expenditures on economic development. While some studies have refuted the hypothesis (Hewitt, 1991; Kalaitzidakis and Tzouvelekas, 2011), others have provided empirical evidence supporting a positive relationship between defense spending and economic growth (Lai, Shieh and Chang, 2002). The hypothesis also has implications for policy making and resource allocation, highlighting the potential benefits of defense investment in driving economic and technological progress (Lai, Shieh and Chang, 2002). In the economics literature, whether defense expenditures have an impact on economic growth or not has maintained its importance in recent years. It is observed that the defense expenditures of each country differ from each other due to its geopolitical position, structural differences, political, social and economic situation. Defense services are indispensable for countries to survive and protect their existence and unity against internal and external threats. In this study, defense expenditures in the D-8 countries were obtained from the database of the Stockholm International Peace Research Institute (SIPRI). The defense expenditure data obtained from SIPRI includes expenditures of the armed forces, expenditures of the ministry of defense, defense expenditures of other government agencies engaged in defense projects and expenditures for military operations. Panel unit root tests, homogeneity tests, Dumitrescu-Hurlin (2012) and Emirmahmutoğlu and Köse (2011) panel causality tests were applied in the study to examine the impact of defense expenditures on economic growth in Turkey, Indonesia, Iran, Egypt, Pakistan, Malaysia, Nigeria and Bangladesh, which are referred to as D-8 countries, between 1993-2022. The effect of defense expenditures on economic growth is examined. According to the results of Dumitrescu-Hurlin (2012) panel causality test, it was found that there is a causality relationship from defense industry expenditures to GDP variable at 10% significance level in the first and third lags and 5% significance level in the second lag; and there is a causality relationship from GDP variable to defense industry expenditures variable at 1% significance level at all lag levels. According to the results of the panel causality test developed by Emirmahmutoğlu and Köse (2011), a causality relationship from defense industry expenditures to economic growth and a causality relationship from economic growth to defense industry expenditures were found in Turkey, Indonesia, Iran, Egypt, Pakistan, Malaysia, Nigeria and Bangladesh, which are referred to as D-8 countries. The general increase in defense expenditures all over the world after the Second World War and the rapid emergence of technological developments in the defense industry, especially in recent years, reveal the importance of defense expenditures for countries. Considering that defense expenditures of countries are closely related to their economic power, it is necessary to examine and evaluate this relationship for countries. Based on this study, it will be instructive for both policy makers and researchers to examine whether investments in defense expenditures affect economic growth or the change in defense expenditures as economic growth increases.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Türk Devletleri Teşkilatına Üye Ülkelerde Ortak Bir Siyasi Finansman Önerisi

Fatih KOÇ[1]

Öz

21. yüzyıl ile Dünyada gelişen ve değişen politik konjonktür bağımsız Türk Devletlerini kendi aralarında birçok alanda iş birliği yapmaya yöneltmiştir. Bu hususdaki girişimlerin en önemlilerinden bir tanesi 28 alanda iş birliği yapmak üzere 2009 yılında kurulan Türk Devletleri Teşkilatı (TDT)'dır. Teşkilat 2025 yılı itibariyle 5 asli üyeye ve gözlemci olarak; 3 ülkeye ve 1 tane ekonomik iş birliği teşkilatına sahiptir. Siyasi, ekonomik, yargı ve yasama alanları başta olmak üzere birçok alanda iş birliği hedefleri olan TDT'ye üye ülkelerde; mezkûr alanlarda ortak bir anlayışın geliştirilebilmesi, daha demokratik bir yönetim anlayışının sergilenebilmesi ve daha şeffaf ve adil seçimlerin yapılabilmesi bu iş birliğine önemli katkılar sunabilir. Dolaysıyla bu alanlarda hedeflenen iş birliğinin sağlanabilmesi için anayasalarında demokratik yönetim anlayışına yer veren TDT'ye üye ülkelerde siyasi finans alanında da ortak bir anlayışın sağlanması bu ülkeler arasındaki mezkûr alanlarda iş birliğine hizmet edebilir. Düzenledikleri zirvelerde yapılan iş birliklerini daha fazla geliştirmek istediklerini beyan eden TDT'ye üye ülkelerde; ülkeyle ilgili kararların alınmasındaki kuruluşlardan birisi olan partilerin varlıklarını devam ettirebilmeleri için finansman çok önemli olup çalışma, siyasetin finansmanındaki yöntemlerden birisi olan doğrudan yardımlar ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın sonucunda TDT'ye üye ülkelerde ortak bir finansman anlayışının olmadığı tespit edilmiş olup bu hususta ortak bir anlayışın oluşabilmesi için öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Siyaset, Türk Dünyası, Siyasi Parti, Finansman, Hazine Yardımı

A Proposal for Common Political Financing in the Member States of the Organization of Turkic States

Abstract

In this study, the situation of state aids, which is one of the financing methods of political parties, in the member countries of the Organisation of Turkic States (OST) is examined and it is aimed to reveal whether there is a common understanding in these countries or not.As of the 21st century, parties, which are one of the indispensable elements of democracy due to their characteristics, exist in almost all countries of the world. When the member countries of the OST are analysed, it is seen that there are many parties in these countries and the person(s) who will govern the country are elected from these parties as a result of a certain election system and campaign. In the member countries of the OST, which cooperate in many areas, especially political and economic cooperation, and declare that they want to develop this further in the summits they organise; the continuation of the existence of parties, which are one of the institutions in making decisions about the country, is very important for the aforementioned reasons, and financing is equally important for the parties to continue their existence. A qualitative method was used in the study and as a result of the study, it was determined that although there are goals and efforts to ensure cooperation in many areas, especially political and economic cooperation in the OST countries, there is no common understanding on state aid.

Keywords: Politics, Turkish World, Political Party, Financing, Treasury Aid

Atıf İçin / Please Cite As:

Koç, F. (2025). Türk Devletleri Teşkilatına üye ülkelerde ortak bir siyasi finansman önerisi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1047-1056. doi:10.33206/mjss.1647272

Geliş Tarihi / Received Date: 26.02.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 14.05.2025

[1] Dr. Öğr. Üyesi., Ardahan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Ardahan, fatihkoc@ardahan.edu.tr,

ORCID ID: 0000-0002-5639-5545

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

İlk olarak 'Türk Dili Konuşan Ülkeler İş birliği Konseyi' olarak kurulan ve sahip oldukları halkları arasındaki ortak dil, kültür, gelenek ve görenekleri temel alarak üye ülkelerde daha kapsamlı bir iş birliğinin sağlanmasına yönelik amaçları olan Türk Devletleri Teşkilatı, Türk devletleri arasındaki birliğin sağlanabilmesi açısından önemli bir kuruluştur. 3 Ekim 2009 tarihinde Nahçıvan Antlaşması ile kurulan birliğin üye ülkelerde birçok alanda iş birliğinin sağlanmasına yönelik hedefleri mevcuttur. Özellikle bu hedefleri arasında bulunan siyasi iş birliğinin sağlanması hususunda birliğe üye ülkelerdeki siyasi partiler önemli olup bu nedenle bu ülkelerdeki partilerin varlığını ve faaliyetlerini devam ettirebilmesi önem arz etmektedir. Birliğe dahil ülkelerin anayasalarında demokratik yönetim tarzına yer verilmesi ve siyasi partilerin de demokratik siyasal sistemlerinin önemli kurumlarından biri olması mezkûr iddiayı desteklemektedir. Birçok amacı ve hedefi bünyesinde barındıran siyasi partilerin ülkelerdeki iktidar gücünü elde etmek ve bunu kullanmak gibi bir amacı da olduğu için bir taraftan demokrasinin temel ilkelerinden birisi olan seçme ve seçilme hakkının gerçekleştirilmesi sürecindeki seçim kampanyalarını yürütebilmesi diğer taraftan seçimlere katılabilmesi için gerekli örgütlenmelerini yapmış olmaları için finansmana ihtiyaçları vardır. Kuruldukları dönem itibariyle finansman ihtiyaçlarını klasik gelir kaynakları olarak adlandırılan üye aidatları ve üye giriş aidatları ile karşılayan partiler 20. yüzyıl itibariyle dünyada ideolojik mücadelede yaşanan değişim ve dönüşüm nedeniyle bu gelir kaynaklarından mahrum kalmaya başlamışlardır. Bu süreçle birlikte partiler açısından finansman açığı ortaya çıkmış ve ortaya çıkan bu finansman açığı, 2.Dünya Savaşı'nın nihayete ulaşmasıyla demokratik yönetim biçimlerinin dünyada gelişmesi ve bu ülkelerdeki siyasal propaganda ve pazarlama yapabilmek için geliştirilen seçim kampanyaları vb. nedenlerden dolayı daha fazla derinleşmiştir.

Siyasette finansman olgusu partiler ve onların adayları için çok önemlidir. Siyasette finansman olgusu, partilerin ve onların adaylarının iktidarı elde etmek ve onun imkanlarını kullanabilmeleri için rakipleri ile rekabet edebilmeleri için onlara sağlanan mali imkanların yanında partilerin ve adaylarının seçim kampanyalarını da barındıran, ülkelerin sahip oldukları politik sistemlerine göre değişiklik gösteren bir kavramdır.

Siyasetin finansman şekillerinden birisi olan hazine yardımları partilere devlet tarafından doğrudan yapılan bir yardım çeşididir. 20. yüzyılda klasik gelir kaynaklarında büyük bir düşüş yaşayan partilerin; finansman ihtiyaçlarının giderilmesi ve mali olarak güçlü kişi ve kuruluşların etkisinden kurtarılabilmesi için verilen hazine yardımları ilk olarak 1928 yılında Uruguay'da uygulanmış olup Türkiye'de 1965 yılında, Türk Devletleri Teşkilatı'na üye ülkelerde ise 1991 yılından sonra uygulanmaya başlanmıştır. Seçim demokrasisi açısından olumlu ve olumsuz etkileri olan hazine yardımları 21.yüzyıl itibariyle özellikle seçim dönemlerinde kamuoyunu sıkça meşgul etmektedir. Özellikle bu dönemler başta olmak üzere hazine yardımlarına yönelik; yardımların uygulamadan kaldırılması, hukuki dağıtım kriterlerinin yeniden gözden geçirilmesi, partilerin klasik gelir kaynaklarının yeniden canlandırılması gibi birçok talep ve eleştiri dile getirilmektedir. Her ne kadar hazine yardımı düzenlemesinin usulüne ve esasına yönelik böylesi eleştiriler getirilse de konumuz ve sınırlılıklarımız itibariyle Türk Devlet Teşkilatı'na üye ülkelerde siyasi birliğin sağlanabilmesi hususunda siyasi partilerin önemli role sahip olmaları, partilerin varlıklarını devam ettirebilmesi ile faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi için ihtiyaç duydukları finansman kaynağının karşılanmasında cari kanuni düzenlemelerde bulunan hazine yardımlarını önemli hale getirmektedir.

Çalışmada Türk Devletleri Teşkilatına üye ülkelerden Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan ve Türkiye'deki siyasetin finansmanında doğrudan devlet yardımı şeklinde verilen hazine yardımları incelenmiş olup Kırgızistan'da siyasi partilere yönelik böyle bir yardım çeşidi bulunmadığı için Kırgızistan çalışmaya dahil edilememiştir. Fakat çalışmanın sonunda tüm üye ülkelere yönelik yeni bir anlayışın geliştirilmesi ve ortak bir uygulamanın olması için öneriler getirilmiştir.

Siyasetin Finansmanı

Siyasi partiler için çok önemli olan finansman kavramına yönelik birçok tanım bulunmaktadır. Dar olarak seçimlerde propaganda yapmak için gerekli olan para olarak tanımlanan siyasetin finansmanı (Michael

Pinto-Duschinsky and Marcin Walecki, 2005: 4), partilerin iktidara yönelik hedeflerini gerçekleştirmek, yöneticileri ve adayları için lazım olan parasal ihtiyaçların karşılanması şeklinde geniş olarak tanımlanmaktadır (Z.Paltiel, 1987: 454). Ama bu tanımlamalar yine yalın kalmakta ve siyasi partilerin sadece seçim dönemlerindeki faaliyetlerine yönelik bir hal almaktadır. Dolaysıyla siyasetin finansmanı kavramının seçim dönemleri dışındaki zamanı da içereceği bir tanımlamasının yapılması daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Buradan hareketle siyasetin finansmanı, partilerin iktidara yönelik hedeflerini gerçekleştirebilmeleri ve adaylarının belli bir devlet görevine seçilebilmeleri için mücadele etmeleri neticesinde partilere, yöneticilere ve adaylarına hükümet şekillerine göre değişebilecek şekilde mali anlamda sunulan imkanlardır (Nassmacher, 2003: 4). Bu tanımlamadan da anlaşılacağı üzere finansman olgusu partilerin ve yöneticilerinin hem gelir hem de giderlerini kapsamaktadır (Gençkaya, 2000: 135). 1932 yılında Pollock tarafından Yurtdışında Para ve Politika eseri ile bilimsel bir açıdan ilk kez incelenen siyasetin finansmanı (Pollock, 1932: 328) izleyen zaman içerisinde yönetimsel anlamda yaşanan sorunlar, şeffaflık ilkesinin göz ardı edilmesi, gazetelere yer alan skandallar başta olmak üzere kitle iletişim araçlarında oluşan olumsuz algı gibi nedenlerden dolayı bilimsel olarak belli bir süre incelenememiştir (Heard, 1960: 75). Fakat küreselleşme olgusunun hız kazanması ile ülkelerin gündeminde yeniden yer almaya başlayan finansman kavramı demokratik açıdan sorun yaşayan ülkelerdeki kısıtlı iktisadi güce sahip kitle partilerin varlığı (Hopkin, 2004: 3) ve bu partilerin üye sayılarında meydana gelen hızlı düşüşler nedeniyle daha büyük bir sorun haline dönüşmüştür (Mair and Biezen, 2001: 6-7). Dolaysıyla partiler açısından büyük bir sorun haline gelen finansman açığı devletler tarafından partilere verilecek/verilen hazine yardımları ile kapatılmaya çalışılmış ve bu düzenleme Batı demokrasilerinin birçoğunda partiler, devlet ve vatandaşlar arasındaki ilişki açısından çok önemli bir gelişme olarak kabul görmüştür (Pierre, v.d., 2000: 1-2). Ancak hazine yardımları beraberinde; devletlerin siyasetin finansmanına daha fazla müdahil olmalarını, kartel parti sistemi denilen yeni bir sorunun ortaya çıkmasını ve mali olarak şeffaflık sorununun derinleşmesini getirmiştir (Katz and Mair, 1995: 6).

Bir ülkenin sahip olduğu demokratik ve ekonomik gelişmişlik seviyesi, bir ülkedeki siyasi ve ekonomik şeffaflık olayları, seçim sistemi ve partilere ait örgütlerin durumu gibi birçok faktör siyasetin finansmanı ile ilişkilidir. Bu özellikleri nedeniyle siyasetin finansmanının ve finansman çeşitlerinden birisi olan hazine yardımlarının etki alanı genişlemektedir. Yani devletler hem mali olarak siyaseti kontrol altında tutabilmekte hem de özel finansman yöntemlerini kontrol edebilmekte ve bu sayede partilerin ve adayların yaşadıkları mali açıdan farklıkları kapatabilmektedir (Biezen, 2010: 67) Bununla birlikte 21.yüzyılın ikinci yarısından itibaren kitle iletişim araçlarının hızla yaygınlaşması ile siyasi rekabetin emek gücünden sermaye gücüne doğru kayışı ile mali açıdan güçlü olan partilerin mali açıdan güçlü olmayan partilere kıyasla ülkelerin siyasetinde daha etkin olabilmeleri siyasette finansman kavramının önemini artırmaktadır. İşte tam da bu noktada siyasi partiler kendileri için gelir getirici ve artırıcı faaliyetlere hız vermiş (Ohman, 2013: 7) ve bu durum hazine yardımlarının önemini daha fazla artırmıştır. Çünkü siyasal iletişim alanında seçmen çeşitliliğine göre yapılan seçim kampanyalarının maliyetleri bu sürecin tetikleyicisi durumundadır (Popper, 1945: 48). Seçim kampanya maliyetlerine ek olarak siyasi manada bir görevi icra edebilmek için her türlü kutsal değerlere bağlı şekilde verilen mücadelenin bir de mali açıdan maliyeti bulunmaktadır. Bu durum ise hazine yardımlarının mezkûr özelliğini bir kere daha ortaya çıkarmakta ve seçimlerin adalet ve eşitlik ilkelerine uygun olarak demokratik bir anlayışla gerçekleştirilmesi yönündeki beklentiyi artırmaktadır (Governance, 2003: 9).

Türk Devletleri Teşkilatı (TDT)

3 Ekim 2009 tarihinde Nahçıvan'da düzenlenen Türk Devlet Başkanları Zirvesi'nde imzalanan Nahçıvan Antlaşması ile kurulan ve uluslararası bir örgüt olan Türk Konseyi 2021 yılında düzenlenen 8.Zirve sonunda Türk Devletleri Teşkilatı ismini almıştır. Teşkilatın kurucu üyeleri Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye'dir. Özbekistan 2019 yılında teşkilata katılmış olup Macaristan, Türkmenistan ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti gözlemci üye sıfatındaki ülkelerdir. Teşkilatın siyasi iş birliği başta olmak üzere uluslararası kuruluşlar ile iş birliğine kadar 20 alanda iş birliği sağlamaya yönelik hedefleri bulunmaktadır (TDT, 2024).

Azerbaycan

Çoğunluk ve nispi temsil seçim sistemlerinin uygulandığı (Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, 1995: 83) ve siyasi olarak yarı başkanlık sistemine sahip olan Azerbaycan'da siyasi partilere faaliyetlerinin finansmanı için devlet tarafından düzenli olarak hazine yardımı yapılmaktadır. Bu finansman tutarı her yıl bütçede ayrı bir satırda gösterilmekte olup (Azerbaycan Cumhuriyeti Siyasi Partiler Kanunu, 2022: 25.1) kanunda öngörülen hazine yardımının üst sınırı o partinin gelirinin iki katından fazla olamaz (Azerbaycan Cumhuriyeti Siyasi Partiler Kanunu, 2022: 25.3). Azerbaycan'dan hazine yardımının tahsisi; hazine yardımlarının %40'ı Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisi'nde temsil edilen siyasi partiler arasında eşit olarak, %50'si Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisinde temsil edilen siyasi partilerden seçilen milletvekili sayısıyla orantılı olarak, %5'i tekrarlanan veya ilave yapılan seçimler sonucunda Azerbaycan Cumhuriyeti Millet Meclisinde temsil edilen yeni siyasi partiler arasında, %2,5'i Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisi seçimlerinde geçerli oy alan ancak Millet Meclisinde temsil edilmeyen siyasi partiler arasında eşit olarak, %2,5'i ise bu Kanunun 25.2.4 maddesinde öngörüldüğü şekilde, kayıp sayısına göre siyasi partiler arasında orantılı olacak şekilde üç ayda bir yapılmaktadır (Azerbaycan Cumhuriyeti Siyasi Partiler Kanunu, 2022: 25.2-5). Her ne kadar partilerin hazine yardımı tutarlarında kanunun 27.maddesi gereğince verdikleri mali raporlarındaki gelirlerinin iki katından fazla olamayacağı yönünde kanuni bir sınır bulunmasına rağmen (Azerbaycan Cumhuriyeti Siyasi Partiler Kanunu, 2022: 25.3) seçimlerin yenilenmesi veya ilave seçim yapılması sonucunda Azerbaycan Cumhuriyeti Millet Meclisinde temsil edilmeye başlayan partiler mali sorun yaşarlar ise kanunun 25.1 maddesi uyarınca bütçede partiler için ayrılan hazine yardımlarının kullanılmayan kısmından ek yardım talep edebilirler. Eğer bu yöntem ile partilerin mali sorunları çözülemez ise devlet bütçesinin yedek ödeneklerinden ilave mali yardım sağlanır (Azerbaycan Cumhuriyeti Siyasi Partiler Kanunu, 2022: 25.6). Siyasi partiler aldıkları hazine yardımlarını devam eden parti faaliyetleri için kullanmalıdırlar.

Azerbaycan'ın en büyük partisi olan Yeni Azerbaycan Partisi'nin 2022 toplam geliri 26.794.284 manat olup bunun; 22.978.154 manatı üye aidatlarından, 241.574 manatı gayrimenkul gelirinden, 336.581 manatı yayın gelirinden, 8.140 manatı bağışlardan, 826.491 manatı diğer gelirlerden ve 2.403.344 manatı ise devlet yardımı olan hazine yardımlarından oluşmaktadır (Yeni Azərbaycan Partiyasının 31 Dekabr 2022-ci il tarixinə maliyyə hesbatları, 2022). Yeni Azerbaycan Partisi'nde hazine yardımlarının toplam gelirine oranı yaklaşık %9 iken ikinci sıradaki Vətəndaş Həmrəyliyi Partiyası (VHP)'de 2022 yılı için toplam gelir 366.305,50 manat olup toplam gelirin %100'ü yani 366.305,50 manatı hazine yardımıdır (Vətəndaş Həmrəylik Partiyasının 31 Dekabr 2022-ci il tarixinə maliyyə hesbatları, 2022) . Azerbaycan'da mecliste yer alan diğer partiler olan Respublikaçı Alternativ (REAL) Partiyası'nın, Vəhdət Partiyası (VP)'nın, Demokratik İslahatlar Partiyası (DİP)'nin, Azərbaycan Demokratik Maarifçilik Partiyası (ADMP)'nın, Böyük Quruluş Partiyası (BQP)'nın 2022 yılı için devlet yardımı 304.579,00 manat iken 2023 yılı için devlet yardımı 283.275,45 manattır (Respublikaçı Alternativ (REAL) Partiyası'nın 2022-2023 mali raporu, 2023; Vəhdət Partiyası (VP)'nın 2022-2023 yılları mali raporları, 2023; Demokratik İslahatlar Partiyası (DİP)'nın 2022-2023 yılları mali raporu, 2023; Azərbaycan Demokratik Maarifçilik Partiyası (ADMP)'nın 2022-2023 yılları mali raporu, 2023; Böyük Quruluş Partiyası (BQP)'nın 2022-2023 yılları mali raporu, 2023).

Kazakistan

Karma seçim sisteminin uygulandığı (Қазақстан Республикасының Конституциясы, 1995: 50) ve başkanlık sistemi ile yönetilen Kazakistan'da siyasi partilere düzenli olarak hazine yardımı yapılmaktadır (Kazakistan Cumhuriyeti Siyasi Partiler Kanunu, 2002: 18-1). Hazine yardımı en son seçim sonuçlarına göre Kazakistan Cumhuriyeti Parlamentosu Meclis Meclisinde temsil edilen siyasi partilere yıllık olarak ödenmektedir (Kazakistan Cumhuriyeti Siyasi Partiler Kanunu, 2002: 18-1.1). Partilere verilecek hazine yardımı miktarı ve yardımların denetlenmesi Kazakistan Cumhuriyeti bütçe kanunuyla, finansmana ilişkin prosedür Kazakistan Cumhuriyeti Merkezi Seçim Komisyonu tarafından belirlenir (Kazakistan Cumhuriyeti Siyasi Partiler Kanunu, 2002: 18-1.2-4). Hazine yardımları, Kazakistan Cumhuriyeti Parlamentosunda temsil edilen partilere seçim sonuçlarının belirlenmesinden sonraki 5 gün içinde ve mali yıl boyunca her ayın son iş

gününde aldıkları oy oranlarına göre ödenmektedir. Hazine yardımlarının miktarı siyasi partilere verilen her oy için asgari ücretin %3'ü dikkate alınarak ilgili yıla ait Cumhuriyet Bütçesi Kanunu'nda belirlenmektedir (Kazakistan Siyasi Partilerin Finansmanına İlişkin Yönetmelik, 2009: 1-7). Örneğin; 31 Mart 2024 tarihinde atanmış veya görevden ayrılmış milletvekillerinin yerine Kızılorda ve Pavlodar bölgelerinde yapılan seçimlerde Kazakistan Cumhuriyeti Meclis Komisyonu tarafından Cumhuriyet Bütçesinden karşılanmak üzere ayrılan hazine yardım miktarları; seçim kampanyalarının kitle iletişim araçlarında yayınlanmasına yönelik 400.000 (dört yüz bin) tenge, seçim öncesi halka açık etkinliklerin yapılması ve kampanya materyallerinin yayınlanması için 170.000 (yüz yetmiş bin) tenge, ulaşım giderleri için ise 100.000 (yüz bin) tengedir. Alınan karar Kızılorda ve Pavlodar bölgelerinin seçim komisyonlarına gönderilir, tüm adaylara bildirilir, Merkez Seçim Komisyonunun ve Kazakistan Cumhuriyeti Merkezi Seçim Komisyonunun internet sitesinde yayınlanır (Kazakistan Cumhuriyeti Merkezi Seçim Komisyonu Kararı 1, 2024: 1-4). Yine 31 Mart 2024 tarihinde Kazakistan Cumhuriyeti Maslihatlarında (yerel meclislerinde) emekli olan milletvekillerinin yerine yapılacak seçimlerde Kazakistan Cumhuriyeti Meclis Komisyonu tarafından Cumhuriyet Bütçesinden karşılanmak üzere ayrılan hazine yardım miktarları; seçim kampanyalarının kitle iletişim araçlarında yayınlanmasına yönelik 240.000 (iki yüz kırk bin) tenge, seçim öncesi halka açık etkinliklerin yapılması ve kampanya materyallerinin yayınlanması için 120.000 (yüz yirmi bin) tenge, ulaşım giderleri için ise 65.000 (altmış beş bin) tengedir. Alınan karar Abay bölgesi, Akmola, Aktobe, Almatı, Doğu Kazakistan, Zhambyl, Zhetisu, Karaganda, Mangistau ve Pavlodar bölgelerinin seçim komisyonlarına gönderilir, tüm adaylara bildirilir, Merkez Seçim Komisyonunun ve Kazakistan Cumhuriyeti Merkezi Seçim Komisyonunun internet sitesinde yayınlanır (Kazakistan Cumhuriyeti Merkezi Seçim Komisyonu Kararı 2, 2024: 1-4). Kazakistan'da 10 Ocak 2021 yılında yapılan parlamento seçimlerinde 5.148.074 (%71,09) oy alan (ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ОРТАЛЫҚ САЙЛАУ КОМИССИЯСЫ АҚПАРАТТЫҚ БЮЛЛЕТЕНЬ, 2024: 16) ve birinci parti olan AMANAT Partisi'nin (eski adı "Nur Otan") 2022 yılındaki 12.539.354 tenge olan toplam gelirin 7.884.290 (gelirlerinin yaklaşık %63'ü) tengesi cumhuriyet bütçesinden yapılan yardımlardan yani hazine yardımından oluşmaktadır (AMANAT Partisi, 2024).

Özbekistan

Karma seçim sisteminin uygulandığı (O'zbekıston Respublıkasınıng Saylov Kodeksi, 2023: 9) ve başkanlık sistemi ile yönetilen Özbekistan'da siyasi partilere hem düzenli olarak hem de seçim dönemlerinde kampanya faaliyetlerinde kullanılmak üzere hazine yardımı yapılmaktadır. Siyasi partilere verilecek hazine yardımının miktarı, bu yardımların yapılacağı yıldan önceki yılda 1 Ocak tarihinde geçerli olan asgari ücret tutarının yüzde ikisinin seçmen sayısıyla çarpılması ile belirlenmektedir. Siyasi partilere kazandıkları milletvekili sayısı ile orantılı bir şekilde hazine yardımı verilmektedir (Özbekistan Cumhuriyeti Siyasi Partilerin Finansmanına İlişkin Kanun, 2004: 7). Seçimlerde siyasi partilerin başka usullerle finanse edilmesi yasaklanmıştır. Hazine yardımlarının belirlenmesi ve siyasi partilere tahsis edilmesi hususunda Özbekistan Cumhuriyeti Merkezi Seçim Komisyonu yetkilidir. Komisyon bir partiden aday gösterilen adayların kayıt edilmesinden sonra, kayıtlı aday sayısına göre belirlenen hazine yardımı miktarını ilgili siyasi partinin hesabına aktarmaktadır. Hazine yardımları; seçimlere yönelik kampanyalarda, kampanyaya katılan görevlilerin çalışmalarının organize edilmesinde ve seçim kampanyasıyla ilgili tüm parti faaliyetlerine harcanması gereklidir. Eğer yasama meclisi seçim sonuçlarına göre bir parti mecliste grup kurmayı gerektirecek kadar milletvekili kazanamaz ise almış olduğu hazine yardımını Özbekistan Cumhuriyeti devlet bütçesine iade etmelidir. Yani sürekli yardım yalnızca bir siyasi parti grubu oluşturmaya yetecek sandalyeye sahip siyasi partiler için geçerlidir (Özbekistan Cumhuriyeti Siyasi Partilerin Finansmanına İlişkin Kanun, 2004: 8). Yasama Meclisindeki siyasi parti gruplarının faaliyetlerine yönelik örgütsel, teknik ve diğer desteklere yönelik devlet fonları, Yasama Meclisinin tahmini bütçesinde sağlanmaktadır (Özbekistan Cumhuriyeti Siyasi Partilerin Finansmanına İlişkin Kanun, 2004: 9). Siyasi partilere ödenen hazine yardımlarının kaynağı Özbekistan Cumhuriyeti devlet bütçesi fonları olup ilgili yardımlar siyasi partilerin banka hesaplarına önceden belirlenen usullere göre aktarılmaktadır. İlgili mali yılda harcanmayan hazine yardımları bütçeye iade edilmez ve gelecek yıldaki parti faaliyetleri için kullanılır. Siyasi partiler isterse hazine yardımı almayı reddedebilirler (Özbekistan Cumhuriyeti Siyasi Partilerin Finansmanına İlişkin Kanun, 2004: 10). Eğer bir

siyasi partinin faaliyetleri askıya alınır veya sonlandırılırsa hazine yardımı da otomatik olarak askıya alınır veya sonlandırılır. Bir siyasi partinin birleşme veya devralma şeklinde yeniden düzenlenmesi durumunda, siyasi partinin kanuni varisinin de hazine yardımı alma hakkı bulunmaktadır (Özbekistan Cumhuriyeti Siyasi Partilerin Finansmanına İlişkin Kanun, 2004: 11). Özbekistan'da en çok milletvekiline sahip olan Özbekistan Liberal Demokrat Partisi (O'zbekıston Lıberal-Demokratık Partıyası/UzLiDep)'nin 2024 yılı bütçesi 75 milyar 388,3 milyon soum iken bunun 43 milyar 549,4 milyon soumu devlet bütçesinden aktarılan hazine yardımından oluşmaktadır (Tadbirkorlar va ishbilarmonlar harakati – O'zbekiston Liberal-demokratik partiyasining 2023 yil byudjeti ijrosi va 2024 yil byudjetining asosiy ko'rsatkichlari to'g'risida H I S O B O T | O'zLiDeP, 2024)

Türkiye

Nispi seçim sisteminin uygulandığı (Türkiye Milletvekili Seçim Kanunu, 1983: 2) ve cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi ile yönetilen Türkiye'de siyasi partilere sürekli ve seçim kampanya dönemlerinde hazine yardımı verilmektedir. 2.Dünya Savaşının sona ermesiyle dünyada siyasi, iktisadi, hukuki alanlarda başlayan değişim ve dönüşüm hamlesi siyasi partilerde de kendini göstermiş olup daha öncesinde dernekler hukukuna tabii tutulan partiler dünya ülkeleri ile Türkiye'de bu tarihten sonra kendilerine özel yasalara tabii olmaya başlamışlardır (Uzun, 2011: 238). İlk kez 16.07.1965 tarih ve 648 sayılı yasa ile Türkiye'de uygulanmaya başlayan hazine yardımı zaman içerisinde birçok değişikliğe uğramış olup en son 22.04.1983 tarih ve 2820 sayılı yasa ile cari haldedir.

Türkiye'de siyasi partilere hem düzenli olarak hem de seçim dönemlerinde düzenleyecekleri seçim kampanyalarına yönelik hazine yardımı yapılmaktadır. Yüksek Seçim Kurulu (YSK) tarafından düzenlenen son milletvekili seçimlerinde en az %3 oy alan siyasi partilere her yıl ocak ayının ilk on gününde ödenmek üzere genel bütçenin "(B) Cetveli" nde yer alan toplam gelir tutarının beş binde ikisi partilere almış oldukları oy sayıları ile orantılı olarak bölüştürülmek suretiyle ödenmektedir. Bununla birlikte siyasi partilere yapılacak hazine yardımları genel seçimlerde üç kat; yerel seçimlerde iki kat olarak uygulanmaktadır. Her iki seçim aynı yıla denk gelirse hazine yardımı üç kat şeklinde verilmektedir (Türkiye 2820 sayılı Siyasi Partiler Kanunu, 1983: Ek 1). Örneğin; 1-10 Ocak 2024 tarihinde AK Parti'ye 1 milyar 329 milyon lira, CHP'ye 946 milyon lira, MHP'ye 376 milyon lira, İYİ Parti'ye 361 milyon lira, Yeşil Sol Parti'ye de 329 milyon lira olmak üzere toplam 3 milyar 341 milyon lira şeklinde yapılması gereken hazine yardımı; 31 Mart 2024 tarihinde yapılan yerel seçimler dolaysıyla iki kat şeklinde uygulanarak AK Parti toplam 2 milyar 658 milyon lira, CHP 1 milyar 892 milyon lira, MHP 752 milyon lira, İYİ Parti 722 milyon lira, Yeşil Sol Parti de 658 milyon lira yardım yapılmıştır.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Türk Devletler Teşkilatı'na üye ülkeler incelendiğinde; siyasetin finansman çeşitlerinden birisi olan ve siyasi partilerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ve faaliyetlerini yürütebilmeleri hususunda belki de en önemli gelir kaynağı olarak kabul edilebilecek olan hazine yardımları Kırgızistan hariç tüm üye ülkelerde farklı şekillerde uygulanmaktadır. Birliğe üye ülkelerden Azerbaycan'ın hazine yardımlarının siyasi partilere dağıtılması hususunda; hazine yardımlarının % 40'ının Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisi'nde temsil edilen siyasi partiler arasında eşit olarak, %50'sinin Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisinde temsil edilen siyasi partilerden seçilen milletvekili sayısıyla orantılı olarak, %5'inin tekrarlanan veya ilave yapılan seçimler sonucunda Azerbaycan Cumhuriyeti Millet Meclisinde temsil edilen yeni siyasi partiler arasında, %2,5'inin Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisi seçimlerinde geçerli oy alan ancak Millet Meclisinde temsil edilmeyen siyasi partiler arasında eşit olarak, %2,5'inin ise bu Kanunun 25.2.4 maddesinde öngörüldüğü şekilde, kayıp sayısına göre siyasi partiler arasında orantılı olacak şekilde dağıtıldığı için diğer üye ülkelere göre daha demokratik bir yöntem belirlendiği söylenebilir. Ayrıca Azerbaycan'daki iktidar partisinin toplam gelirindeki hazine yardımı miktarı yaklaşık %9 olup diğer partilerde bu oran yaklaşık %100 olup birliğe dahil olan diğer ülkelerdeki partilerin gelirlerinde hazine yardımı miktarı ortalama %75'tir. Kazakistan ve Özbekistan'ın ise hazine yardımlarının dağıtılmasında ülkede cari asgari ücreti temel alması bu iki ülkedeki uygulamanın

benzerliğine işaret etse de hazine yardımlarının dağıtılmasındaki oran, yüzde ve miktarlar farklı şekillerde uygulanmaktadır. Türkiye'de hazine yardımı uygulanmasında ise önceki genel seçimde %3'lük bir hazine yardımı barajı bulunmakta olup bu oranın üzerinde oy alan partilere almış oldukları oy yüzdesine göre hazine yardımı verilmektedir. Kısacası Azerbaycan'da seçilmiş organda temsil ve önceki seçimdeki oyların payı, Kazakistan'da seçilmiş organda temsil, Özbekistan'da seçimlere katılım ve önceki seçimdeki koltuk (mv) sayısı ve Türkiye'de önceki seçimdeki oy oranı hazine yardımlarının verilmesindeki temel kriterlerdir.

Görüldüğü üzere TDT'ye üye ülkelerde siyasi partilere tanınan finansman hakkı farklı şartlara tabii şekilde uygulanmaktadır. Oysaki bu ülkeler arasında birçok hususta ortak bir anlayışın geliştirilmesi ve iş birliğinin sağlanması teşkilatın en önemli hedefleri arasındadır. Siyasi, ekonomik, yargı ve yasama alanları başta olmak üzere TDT'ye üye ülkelerde ortak bir anlayışın geliştirilebilmesi için siyaset kurumu çok önemli olup bu kurumun baş aktörleri olan siyasi partilerin hayatta kalabilmeleri, faaliyetlerini devam ettirebilmeleri ve seçimlere rahat bir şekilde katılabilmeleri ne kadar önemliyse bu partilere verilecek finansman da o kadar önemlidir. Çünkü ortak bir yönetim anlayışının geliştirilebilmesi için yönetimi ele alacak ve/veya kazanacak parti/partilerin seçimlere katılabilmesi, seçimlerin demokratik ve şeffaf olarak düzenlenebilmesi, seçim kampanyalarının rahatlıkla yürütülebilmesi, seçim zamanları dışında parti faaliyetlerinin devam ettirilebilmesi partilerin sahip oldukları finansman ile paralel bir yapıya sahiptir. TDT'ye üye ülkelere bakıldığında siyasi partilerin finansmanında devlet yardımları hususunda en demokratik ülkenin Azerbaycan olduğu söylenebilir. Dolaysıyla bu ülkeden yola çıkılarak TDT'ye üye ülkelerde siyasi partilere devlet tarafından sağlanacak finansman konusunda ortak bir düzenlemenin yapılması daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Çünkü sadece seçimlere katılabilen partiler arasında belli şartları (milletvekili seçilmesi, oy barajı, v.b.) yerine getiren partilere finansman desteğinin sağlanması belli bir zaman sonra seçimlerde başarılı olamayan partilerin diğer seçimlere katılmasını engelleyebilir hatta partilerin kapanmasına neden olabilir. Bu nedenle siyasi partilere sağlanacak devlet yardımları sadece milletvekili seçilme ile belli oy oranına bağlı olmayacak şekilde ve TDT'ye bağlı ülkelerin tümünde aynı şekilde olmak üzere Azerbaycan örneğinden hareketle yeniden düzenlenmelidir. Bu hususta yapılabilecek düzenlemeler şöyle olabilir;

-TDT'ye üye ülkelerde ortak bir finansman modeli benimsenmeli,

-TDT'ye üye ülkelerde siyasi partiler için ayrılan finansman; partilerin mecliste temsil edilmelerine, kazandıkları koltuk sayısına, seçimlere katılan parti sayısına göre orantılı olarak daha demokratik olacak şekilde yeniden düzenlenmeli,

-TDT'ye üye ülkelerdeki partilere devlet yardımları her yıl ve düzenli olarak ödenmeli,

-TDT'ye üye ülkelerde devlet yardımları seçim dönemlerine göre orantılı olarak verilmesi yerine her yıl aynı oranda verilmelidir.

Etik Beyan

"Siyasi Partilerin Finansmanında Türk Devletleri Teşkilatı Üzerine Bir İnceleme" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Bu makale için etik kurul izni zorunluluğu bulunmamaktadır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*A Proposal for Common Political Financing in the Member States of the Organization of Turkic States*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. Ethics Committee Permission is not required

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

AMANAT Partisi (2022). *2022 mali raporu*. Astana. Erişim adres https://amanatpartiasy.kz/financial-report?lang=kz.

Azerbaycan Cumhuriyeti Siyasi Partiler Kanunu (2022). Yayım Tarihi:16.12.2022. Sayısı:693.Numarası:VIQ

Azərbaycan Demokratik Maarifçilik Partiyası (2023). *ADMP'nın 2022-2023 yılları mali raporu*. Bakü. Erişim Adresi: https://www.msk.gov.az/uploads/partiyalar/2023/Partiya_pdf/75/2.pdf.

Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası (1995). Yayım Tarihi:11.27.1995.Sayısı:00

Bachene, N. (2017). *Financing democracy*. Washington DC: OECD Publishing.

Biezen, I. V. (2010). Campaign and Party Finance. In R. G. Lawrence LeDuc (Eds) , *Comparing Democracies: Elections and Voting in the 21st Century:Campaign and Party Finance* (pp. 65-97). London: SAGE Publications Ltd.

Böyük Quruluş Partiyası (2023). *BQP'nın 2022-2023 yılları mali raporu*. Bakü. Erişim Adresi: https://www.msk.gov.az/az/parties/financialreports/2023.

Committee, T. N. (1997). *The Funding of Political Parties-Issues and Questions*. London: The Committee on Standards in Public Life.

Çelik, Ö. (2012). *Siyasi Partilerin Seçim Harcamalarının Denetimi*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Demokratik İslahatlar Partiyası (2023). *DİP'nın 2022-2023 yılları mali raporu*. Bakü. Erişim Adresi:, https://www.msk.gov.az/uploads/partiyalar/2023/Partiya_pdf/83/2.pdf.

Duschinsky, Michael Pinto.,& Walecki, Marcin. (2005). *Enforcing Political Finance Laws: Training Handbook-June 2005*. Washington: IFES Publishing.

Gençkaya, Ö. F. (2000). Siyasi Partilere ve Adaylara Devlet Destegi, Bagislar ve Seçim Giderlerinin Sinirlandirilmasi - Karsilastirmali Bir Inceleme ve Türkiye Için Bir Öneri. In A. Çarkoğlu, *Siyasi Partilerde Reform* (s. 135). İstanbul: Tesev Yayınları.

Governance, W. O. (2003). *Money In Politics Handbook: A Guide to Increasing Transparency in Emerging Democracies*. Washington DC: WorldBank.

Heard, G. A. (1960). *The Costs of Democracy*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Hopkin, J. (2004). The problem with party finance :theoretical perspectives on the funding of party politics. *Party Politics*,*10*(6), 627-651. doi: https://doi.org/10.1177/1354068804046911

Jon Pierre, Lars Svåsand & Anders Widfeldt. (2000). State subsidies to political parties: Confronting rhetoric with reality. *West European Politics*, *23*(3), 1-24.doi: https://doi.org/10.1080/01402380008425381

Katz,Richard S.,& Mair, Peter. (1995). Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party. *Party Politics, 1*(1), 5-28. doi: https://doi.org/10.1177/1354068895001001001

Kazakistan Cumhuriyeti Merkezi Seçim Komisyonu(2024). *Kazakistan Cumhuriyeti Merkezi Seçim Komisyonu Kararı 1*. Astana. Erişim Adresi: https://www.election.gov.kz/kaz/news/acts/index.php?ID=9234.

Kazakistan Cumhuriyeti Merkezi Seçim Komisyonu(2024). *Kazakistan Cumhuriyeti Merkezi Seçim Komisyonu Kararı 2*. Astana. Erişim Adresi: https://www.election.gov.kz/rus/news/acts/index.php?ID=9236.

Kazakistan Cumhuriyeti Siyasi Partiler Kanunu (2022).Yayım Tarihi:15.07.2022.Sayısı:344

Kazakistan Siyasi Partilerin Finansmanına İlişkin Yönetmelik (2009). Yayım Tarihi: 19.10.2009. Numarası: 5825.

Mair, Peter., & Biezen, I.V.(2001). Party membership in twenty European democracies, 1980–2000. *Party Politics, 7*(1), 5–21.doi: https://doi.org/10.1177/1354068801007001001

Nassmacher, K.-H. (2003). Introduction: Political Parties, Funding and Democracy. In R. A. Tjernström (Eds), *Funding of Political Parties and Election Campaigns* (pp.1-9). Stockholm: International Institute for Democracy and Electoral Assistance Publishing.

O‘zbekıston Respublıkasınıng Saylov Kodeksi. (2019). Yayım Tarihi:26.06.2019.Numarası:00

Ohman, M. (Eds)(2013). *Political Finance Oversight Handbook*. Washington DC: International Foundation for Electoral Systems.

Özbekistan Cumhuriyeti Siyasi Partilerin Finansmanına İlişkin Kanun (2004). Yayım Tarihi:30.04.2004. Numarası: 617-II.

Paltiel, K.Z. (1987). Political Finance. In V. Bogdonor(Eds), *The Blackwell Encylopedia of Political Institution*. Oxford: Basil Blackwell Publishing.

Pollock, J. K. (1932). *Money and Politics Abroad*. New York: Alfred A. Knopf Publishing.

Popper, K. R. (1945). *The Open Society and Its Enemies the High Tide of Prophecy:Hegel, Marx, and The Aftermath Volume II*. London: George Routledge & Sons, Ltd.Broadway House.

Respublikaçı Alternativ Partiyası (2023). *REAL Partiyası'nın 2022-2023 mali raporu*. Bakü. Erişim Adresi: https://www.msk.gov.az/uploads/partiyalar/2023/Partiya_pdf/65/2.

Tadbirkorlar va ishbilarmonlar harakati – O‘zbekiston Liberal-demokratik partiyasining (2023*). Tadbirkorlar va ishbilarmonlar harakati – O‘zbekiston Liberal-demokratik partiyasining 2023 yil byudjeti ijrosi va 2024 yil byudjetining asosiy ko‘rsatkichlari to‘g‘risida H I S O B O T | O'zLiDeP*. Taşkent. Erişim Adresi: https://uzlidep.uz/uz/news-of-party/15735.

Türk Devletleri Teşkilatı (2024). Türk Devletleti Teşkilatı İşbirliği Alanları. Erişim Adresi: https://www.turkicstates.org/tr/isbirligi-alanlari.

Türkiye Siyasi Partiler Kanunu (1983). Resmî Gazete Yayım Tarihi: 24.04.1983.Sayısı: 18027. Numarası:2820.

Türkiye Milletvekili Seçim Kanunu (1983). Resmî Gazete Yayım Tarihi: 13.06.1983. Sayısı: 18076. Numarası:2839

USAID. (2003). *Money In Politıcs Handbook: A Guıde to Increasıng Transparency In Emergıng Democracıes.* Washington : USAID.

Uzun, C. D. (2011). Anayasa Önerilerinde Siyasi Partilerin Finansmanı ve Yeni Bir Öneri. *TBB Dergisi*, *94*, 235-258.

Vəhdət Partiyası (2023). *VP'nın 2022-2023 yılları mali raporları.* Bakü, Erişim Adresi: https://www.msk.gov.az/uploads/partiyalar/2023/Partiya_pdf/77/2.pdf.

Vətəndaş Həmrəylik Partiyası(2022). *Vətəndaş Həmrəylik Partiyasının 31 Dekabr 2022-ci il tarixinə maliyyə hesbatları.* Bakü, Erişim Adresi:https://www.msk.gov.az/uploads/partiyalar/2022/Partiya_pdf/7/2.pdf.

Walecki, M. (2007). Challenging the Norms and Standards of Election Administration:Political Finance. In IFES (Eds), *Challenging the Norms and Standards of Election Administration* (pp. 75-93). Arlington: IFES.

Weber, M. (1919). Politics as a Vocation. *Politik als Beruf* (pp. 396-450). Münih: Duncker & Humblodt.

Yeni Azərbaycan Partiyası (2022). *Yeni Azərbaycan Partiyasının 31 Dekabr 2022-ci il tarixinə maliyyə hesbatları.* Bakü. Erişim Adresi: https://www.msk.gov.az/uploads/partiyalar/2022/Partiya_pdf/10/2.pdf.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ОРТАЛЫҚ САЙЛАУ КОМИССИЯСЫ АҚПАРАТТЫҚ БЮЛЛЕТЕНЬ (2024). Astana.Erişim Adresi: https://www.election.gov.kz/upload/docs/2024/01/%D2%9A%D0%A0%20%D0%9E%D0%A1%D0%9A%20%D0%B0%D2%9B%D0%BF%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8B%D2%9B%20%D0%B1%D1%8E%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%96%202023.pdf.

Қазақстан Республикасының Конституциясы (1995). Astana. Erişim Adresi: https://www.akorda.kz/kz/official_documents/constitution.

EXTENDED ABSTRACT

As of the 21st century, parties, which are one of the indispensable elements of democracy due to their characteristics, exist in almost all countries of the world. In almost all countries where political parties exist, elections are held, which is one of the principles of democracy, and the person and/or persons who will govern the country are elected as a result of these elections. In countries with a certain electoral system, political parties and candidates try to get ahead of their competitors by organising some election campaigns while competing with other competitors. However, due to the conditions of the 21st century, these election campaigns to be organised can reach serious figures economically. For this reason, political parties and candidates who can conduct election campaigns during election periods can gain advantage over their rivals. Treasury aids (state aids) given by the state to political parties are very important in order to ensure that political parties, which are one of the indispensable elements of democracy, do not remain under the influence of pressure and interest groups and other individuals and/or persons and groups, and can easily conduct politics and carry out their activities. Treasury aids are an important element that can enable political parties to act independently. Today, treasury aids are applied in many countries of the world. Today, many unions, organisations, institutions and organisations are being established in many regions of the world due to political, economic, military, social, etc. reasons, and efforts to establish them are still continuing. In this sense, the Organisation of Turkic States is an organisation established by Turkic states to ensure political and economic cooperation among its members. The union, which was first established as an international organisation under the name of 'Turkic Council' with the Nakhchivan Treaty signed at the Summit of Turkic Heads of State held in Nakhchivan on 3 October 2009, was renamed the Organisation of Turkic States at the end of the 8th Summit held in 2021. The founding members of the organisation are Azerbaijan, Kazakhstan, Kyrgyzstan and Turkey. Uzbekistan joined the organisation in 2019 and Hungary, Turkmenistan and the Turkish Republic of Northern Cyprus are observer members. The Organisation has objectives to ensure cooperation in 20 areas, from political cooperation to cooperation with international organisations. In this study, state aids, one of the financing methods of political parties in the member countries of the Organisation of Turkic States (OST), are examined. In the member countries of the CSTO, which cooperate in many areas, especially political and economic cooperation, and declare that they want to develop this further in the summits they organise; In the member countries of the CSTO, where there are many parties, democratic form of government is dominant, the parties, which are one of the institutions in making decisions about the country, are very important for the aforementioned reasons, and financing is equally important for the parties to continue their existence. Do all member states of the Organisation of Turkic States have state aid? Is there a common practice in the member countries of the Organisation of Turkic States that have state aid? In this study, it is aimed to reveal whether there is a common practice on state aids, which is one of the sources of financing necessary for the parties, which are thought to be effective

in ensuring political unity in full, to continue their existence and to carry out their functions easily. Although there are many studies on the financing of politics in the western literature, this study is the first study in its field since it is oriented towards the Turkish States. In the member countries of the Organisation of Turkic States, which have a democratic form of government; the fact that the existence of political parties is very important and that there are not many studies on financing, which is also important for political parties to continue their existence and carry out their activities easily, increases the importance of the study even more. In addition, the study gains importance in terms of shedding light on the negative perception formed in the public opinion on the financing of political parties and revealing the share of state aids in the total income of political parties. In the study, a qualitative research method was used and firstly the concept of political financing was explained, then the necessary explanation was provided on what the Organisation of Turkic States is, then information was given on the electoral system in the member countries of the Organisation of Turkic States and state aids accepted as direct aid in the financing of politics, and finally the study was concluded with a conclusion. As a result, when the member countries of the Organisation of Turkic States are examined; treasury aids, which is one of the financing types of politics and which can be considered as perhaps the most important source of income for political parties to continue their existence and carry out their activities, are applied in different ways in all member countries except Kyrgyzstan. In short, treasury aids are not applied in all member countries of the Organisation of Turkic States and there is no unity in the current legal regulations of the countries where they are applied.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Kahramanın Sonsuz Yolculuğu Modeli: Thelma ve Louise Filmi Üzerine Bir İnceleme

Ali AVLAR[1]

Öz

Sinema, ilk yıllarından günümüze kadar mitolojiden yoğun şekilde yararlanmış ve bu mitler beyazperdeye aktarılmıştır. Joseph Campbell'ın Kahramanın Sonsuz Yolculuğu Modeli; dünya mitlerinde yer alan arketipik kahramanın yolculuğunun mitolojik yapısı hakkında bilgi veren önemli bir kaynak olmuştur. Joseph Campbell'ın Kahramanın Sonsuz Yolculuğu Modeli, kahramanın yola çıkışından itibaren maceraya atılmasıyla gelişen olaylar, kazandığı ödüller ve sonrasında dönüş yoluna geçmesiyle birlikte yaşadığı tecrübeleri içinde barındıran birçok aşamadan oluşmaktadır. Joseph Campbell, hikâye anlatma yöntemlerinin belli kalıpları olduğunu düşünmekte ve tüm başarılı filmlerin bu kalıpları kullanarak başarıyı yakaladığını belirtmektedir. Kahramanların ruhsal ve fiziksel değişimlerinin altını çizmek, filmde başkarakterlerin nasıl sunulduğunu, karakterlerin filmin sonunda nasıl bir değişim gösterdiğini ve filmin hikâye oluşumunu başarıya taşıyan basamakların neler olduğunu ortaya koymak çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Joseph Campbell'in kahramanın sonsuz yolculuğu modeli, örneklem olarak seçilen yönetmenliğini Ridley Scott'un yapmış olduğu 1991 yapımı *Thelma ve Louise* filmine uyarlanarak analiz edilmiştir. Başarılı yol filmleri tarafından uygulanan bu model, sinema sanatında hikâye anlatma ve hikâye oluşturmak için oldukça önem taşımaktadır. Bu bağlamda *Thelma ve Louise* filminin analiz edilmesi önemlidir. Çalışmada, Thelma ve Louise'in tecrübe ettikleri yolculuklarının modele uygunluğu irdelenmiş ve bulgularla ortaya konmaya çalışılmıştır. Bulgular, Campbell'ın Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modeli kapsamında 17 aşamadan 14 tanesinin filmde uygulandığını göstermektedir. Kahramanların maceraya atılarak belirli olgunluk seviyesine ulaştıkları sonucuna da ulaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Film Eleştirisi, Kahramanın Sonsuz Yolculuğu Modeli, Joseph Campbell, Thelma ve Louise

The Hero's Infinite Journey Model: A Study on the Movie Thelma And Louise

Abstract

From its early years to the present day, cinema has made extensive use of mythology and these myths have been transferred to the silver screen. Joseph Campbell's Model of the Hero's Infinite Journey has been an important source of information about the mythological structure of the journey of the archetypal hero in world myths. Joseph Campbell's Model of the Hero's Infinite Journey: It is divided into three as Departure, Reformation and Return. This model, which includes many stages under each main heading, shows the events that develop as the hero embarks on the adventure from the beginning of the journey, the rewards he wins, and the experiences he experiences as he passes to the return path. Joseph Campbell thinks that storytelling methods have certain patterns and states that all successful films achieve success by using these patterns. The aim of the study is to underline the mental and physical changes of the heroes, how the protagonists are presented in the film, how the characters change at the end of the film and what are the steps that lead the film to success. Joseph Campbell's model of the eternal journey of the hero was analysed by adapting it to the film Thelma and Louise directed by Ridley Scott. This has been practised by successful road films the model is very important for storytelling and story creation in the art of cinema. It is important to analyse the film Thelma and Louise, which is examined by many cinema theories in terms of both mise-en-scene and content. In the study, the conformity of the journeys experienced by Thelma and Louise to the model was examined and the findings were tried to be revealed. It was revealed that 14 of the 17 stages within the scope of Campbell's Hero's Endless Journey model were applied in the film. It is also concluded that the heroes reach a certain level of maturity by embarking on adventures.

Keywords: Film Criticism, The Hero's Infinite Journey Model, Joseph Campbell, Thelma and Louise

Atıf İçin / Please Cite As:

Avlar, A. (2025). Kahramanın sonsuz yolculuğu modeli: Thelma ve Louise filmi üzerine bir inceleme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1057-1069. doi:10.33206/mjss.1640829

Geliş Tarihi / Received Date: 17.02.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 17.06.2025

[1] Dr. – Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Konya/ Türkiye, aliavlar42@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1799-4107

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

20. yüzyılın başından itibaren sinema, hem kitlelere yönelik bir eğlence aracı konumunda olan hem de hayata dair söylemlerin aktarılmasına olanak sağlayan bir platform olmuştur. İnsanların sinema sektörüne ilgisinin artmasından sonra filmlerdeki hikâye oluşumunun ve gelişiminin önemi artmıştır. Amerikalı toplumbilimci ve yazar Joseph Campbell, mitoloji ve hikâye anlatma yöntemleri üzerine incelemeler yapmıştır. Yaptığı birçok çalışmada, hikâye anlatma yöntemlerinin belli kalıpları olduğunu belirtmektedir. Tüm başarılı filmlerin bu şekilde kurulduğunu ifade eden Campbell, insanların zihninde yer alan masal, hikâye veya filmlerin başarısını bu aşamaların doğru uygulanmasından kaynaklandığını söylemektedir. Belirli arketip kalıplarının günümüz filmlerinde ya da hikayelerinde hala evrensel olduğu Campbell tarafından belirtilmiştir. Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modeli; Yola Çıkma, Erginleme ve Dönüş olmak üzere üç ana bölüme ayrılmaktadır. Kahramanın maceraya atılması yanında yola çıkmadan önceki ruh hali de bu modelde önem arz etmektedir.

Bu çalışmada; Joseph Campbell'ın Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modeli bağlamında *Thelma ve Louise* filmi analiz edilmiştir. 1991 yılında yönetmen Ridley Scott tarafından yapımı gerçekleştirilen *Thelma ve Louise* filmi hem mizansen hem de içerik yönünden incelenmiş bir yol filmdir. Günümüzde hala araştırılan ve analiz edilen *Thelma ve Louise* filminin, Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modelindeki aşamalara uygun olup olmadığı, modelle işlerlik sağlayıp sağlamadığı ve kahramanların yol boyunca nasıl ilerlediği analiz edilmiştir. Kahramanların konumu feminist kuram bağlamında değerlendirilmiştir.

Yöntem

Bu çalışmada Joseph Campbell tarafından 1949 yılında yazılan "Kahramanın Sonsuz Yolculuğu" modeli baz alınmış ve örneklem olarak seçilen yönetmenliğini Ridley Scott'un yapmış olduğu 64. Akademi Ödülleri'nde altı adaylık alarak eleştirel ve ticari bir başarı kazanan *Thelma ve Louise* filmi, anlatı çözümlemesi temel alınarak incelenmiştir. Bu bağlamda örneklem olarak seçilen *Thelma ve Louise* filmi detaylı bir şekilde izlenerek filmin başkarakterleri belirlenmiştir. Film boyunca başkarakterlerin senaryodaki konumu incelenmiş ve filmin Joseph Campbell'ın kahramanın sonsuz yolculuğu modeline uygunluğu araştırılmıştır.

Kahramanların ruhsal ve fiziksel değişimlerinin altını çizmek, filmde başkarakterlerin nasıl sunulduğunu, karakterlerin filmin sonunda nasıl bir değişim gösterdiğini ve filmin hikâye anlatımını başarıya taşıyan basamakların modele uygunluğunu ortaya koymak çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Başarılı yol filmleri tarafından uygulanan Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modeli, sinema sanatında hikâye anlatma ve hikâye oluşturmak için oldukça önem taşımaktadır. Bu açıdan çok sayıda ödüle layık görülen *Thelma ve Louise* filminin analiz edilmesi önemlidir.

Kavramsal Çerçeve

Sinema ve Mitoloji İlişkisi

Sinema kısaltılmış bir terimdir, gerçeği "sinematograf" dır (Özön, 1990, s. 7). Fransızca'dan, ama kökeni Yunanca'dan (Brown, 2005, s. 2), gelmekte olan sinematograf terimi zaman içinde "sinema" ve "sine" şeklini almıştır (Simavi, 1931. s. 7). Bir sanat olan sinema tüm sanatların mirasçısı olup (Onaran, 1986, s. 12), en evrensel sanattır (Ayzenştayn, 1975, s. 7). Canlı resim, konuşan şiir ve yürüyen müziktir (Zoralı, 1960. s. 6). Ciddi bir bilim ve sanat dalıdır (Öztuna, 1985, s. 9).

Mitlerin derlenmesi, incelenmesi ve yorumlanmasını ele alan mitoloji, Yunanca mythos "masal, öykü" ve logia "bilim, çalışma" kelimelerinden türetilmiş ve mitlerin bilimi anlamına gelmektedir (Şanlı, 2019, s. 15). Mitoloji, mitlerden oluşan bir takım inanç felsefelerinin tümü şeklinde tanımlanmaktadır (Bölükbaşı, 2023, s. 12).

Genellikle doğaüstü olaylar ve varlıklarla ilgili anlatılardan oluşan mitler, insanın çevresini, içinde yaşadığı toplumun düzenini ve bireysel varoluşu anlamlandırma çabasının sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Nesilden nesle sözlü olarak aktarılan bu anlatılar, toplumsal değerleri, dünya görüşlerini ve inanç sistemlerini yansıtmaktadır. Mit terimi, Yunanca mythos kelimesinden türemiş olup, "söz, anlatı" anlamına gelmektedir (Ocak, 2009, s. 139). Campbell, geçmişten günümüze Antik Yunan, Mısır, Afrika, Avrupa, Doğu, Uzak Doğu mitolojileri gibi farklı alanlarda araştırmalar yapmış ve çalışmasını çok sayıda mitlerle süslemiştir (2017, s. 164). Mitoslar kendi aralarında bölgesel farklılıklar gösterseler de evrensel boyutta benzerdir ve tümü aynı yolu izlemektedir (Tecimer, 2005, s. 109).

Sinema, tarihsel olarak dramanın devamı olarak görülmektedir. Kendine has klasik temellere sahip olan drama, temelde yazınsal bir tür olduğu için, mitoslardaki tematik ve örneksel yapı dramanın ekrana yansımış biçimi olan filmlerde de kendini göstermektedir. Sinema kendi kökenini mitolojide bulmaktadır (Tecimer, 2005, s. 11).

Adanır da sinemanın mitolojinin karşılığını olduğunu düşünmektedir. İnsanlar çoğu zaman duygu ve düşüncelerini sözcüklerle ifade edip aktaramamaktadır. Bu sebeple müzik, resim, heykel, dans gibi sanat dallarıyla dil yetilerini geliştirmiş ve kullanmıştır. Özellikle görsel ve işitsel bir sanat dalı olan sinema sanatı ile pek çok şeyi dışa vurma hatta sözcüklerle aktarılamayacak olanları bile aktarma imkanına sahip olmuşlardır (1994, s. 35-40).

İçinde yaşamış oldukları kültür ve toplumlardan etkilen aynı zamanda kültür ve toplumları etkileyen, toplumsal bilinçdışının ürünü olan mitler, binlerce yılın toplumsal deneyimlerini ifade etmektedir (Gezgin, 2014, s. 7). Mitolojik öğelerden ve hikayelerden ayrı düşünülemeyen sinema, mitoloji gibi insana ait gerçekliğin sorgulanması ve anlamlandırılması çabasının bir ürünü olarak var olmaktadır. Günümüzde de toplumsal gerçeklik mitlere sahiptir ve mitler toplumsal evrim sürecinin bir parçası olarak kendilerini dönüştürerek var etmeyi sürdürmektedir. Çağımızda mitolojinin kendisini yeniden ürettiği alanlardan biri de sinema olmaktadır (Çoban, 2009, s. 23). Mitler, yaşamları ve kültürleri değiştirmekte ve dönüştürmekte etkili olan bir anlatım geleneği sunmaktadır (Voytilla, 1999, s. 1). Yaşadığı toplumun düzenini ve bireysel varoluşu anlamlandırma çabasında olan mitler, toplumun kültürel yapıtaşlarını oluşturmaktadır. Bütün sanat dalları bu mitleri yeniden yorumlayarak baştan inşa etmektedir. Mitlerin yeniden yorumlanarak inşa edilme konusunda sinema sanatı önemli bir yer tutmaktadır. Diğer sanat dallarından beslenen sinema sanatı mitolojinin işlevini günümüze aktaran bir araç haline gelmiştir.

Feminist Kuram

Kadın anlamına gelen feminizm, Latince kökenli "femine" sözcüğünden türemiştir. Feminizm siyasal bir ideoloji, bilimsel bir yaklaşım, kuramsal bir paradigma ve aynı zamanda bir sosyal hareket olarak değerlendirilmektedir (Sevim, 2005, s. 7). Kadınların özgürlük arayışını ifade eden feminizm kavramı, kadınların toplum içinde ikincil olarak görülen statülerine karşı vermiş oldukları mücadele sonucu ortaya çıkmıştır (Taş, 2016, s. 163). Kadın erkek ilişkisini dönüştürmeyi hedef alan (Steeves, 1994, s. 107)) feminizm, cinsiyetlerinden dolayı kadınların karşı karşıya kalmış oldukları baskılara, zorluklara ve kısıtlamalara karşı vermiş oldukları mücadele ve direnme güdüsü olarak karşımıza çıkmaktadır (Berktay, 2014, s. 3). Farklı grupların ortaya çıkarmış oldukları çeşitli yaklaşımlar olmasına karşın kadınların durumunu iyileştirme isteği tüm feminist yaklaşımların ortak amacını oluşturmaktadır (Jaggar, 1988, s. 5). Feminist kuramın başlıca dört yaklaşımı bulunmaktadır:

Liberal Feminizm: Kadınların, toplum içinde eşit haklar temelinde erkeklerle aynı fırsatlara sahip olmalarını savunmaktadır. Eğitim, iş gücü ve siyasette eşit temsiliyet bu kuramın temelinde yer almaktadır (Heywood, 2014, s. 305).

Radikal Feminizm: Ataerkinin kadınların ezilmesinin temel nedeni olduğunu savunan radikal feministler, cinsiyet ayrımının biyolojik farklardan değil, toplumsal yapılandırmalardan kaynaklandığını vurgulamaktadır. Bu yaklaşım, kadınların ikincilleştirilen toplumsal konumlarının da ataerkil sistemden kaynaklandığını öne sürmektedir (Mermutlu & Çetin, 2023, s. 169).

Marksist ve Sosyalist Feminizm: Kadınların ezilmesini kapitalist sistemle ilişkilendirmektedir. Üretim ilişkileri ile cinsiyet eşitsizliği arasında doğrudan bir bağ kurmaktadır. Kapitalist sömürü düzenini sona erdirip onun yerine sosyalist düzeni getirmek gerektiğini ileri sürmektedir (Mermutlu & Çetin, 2023, s. 168).

Postyapısalcı ve Postmodern Feminizm: Kimliğin sabit ve evrensel bir yapıda olmadığını, toplumsal cinsiyetin söylemsel süreçlerle kurulduğunu savunmaktadır (Neyer & Bernerdi, 2011, s. 167).

Kadının kadınca özellikler taşıyarak gerçekliği içinde aktarılması ve kadın bakış açısının inşaa edilmesi için feminist kuram ortaya çıkmıştır. Erkek egemen sinemanın eril anlatıları içinde kadın, haz nesnesi olmaktan ileri gidememiştir. Kadın, fahişe, kaltak, karı, anne, sekreter, kız kurusu, soğuk bir kariyer kadını gibi tek boyutlu stereotipleri canlandırmıştır. Bu durumdan kurtulmanın şartı hâkim yapının dilinden uzaklaşmaktan geçmektedir. Bunun bilincine varılması sonucunda feminist film bilinci ortaya çıkmıştır (Gledhill, 1992, s. 93). 1990'lı yıllardan itibaren kadının, "insan" olarak ele alındığı filmlerin sayısında artış

yaşanmaya başlanmıştır. Bu tarihten itibaren "Erkek ve erkeksi", "dişi ve kadınsı" ayrımlar yıkılmaya başlamıştır. Kadın kahramanlar anlatının merkezinde olmaya başlamış ve sonucunda kadın kahramanla birlikte, cinsiyet kimliğine yönelik sorgulamalar artmaya başlamış ve bakışın siyasi bağlamında değişmeler meydana gelmiştir (Tasker, 2002, s. 132). Günümüzden üç yüz yıl öncesine uzanan kadın hareketlerinin, kadını "insan" kılabilmek adına ortaya koyduğu çaba, yüz yıla yakın zamandır sinema tarihinde yer alan kadın için geç de olsa başarılabilmiştir. Bir haz nesnesi ve kurtarılmayı bekleyen edilgen yapıdan çıkan kadın, zaman içinde gerçek bir birey ve "kahraman" olarak sunulmaya başlanmıştır (Nurselin, 2025, s. 116-117).

Kahramanın Sonsuz Yolculuğu Modeli

Kahramanın yolculuğu, genelde başarılı yapıtların uyarladığı bir model olmaktadır. Bu model hem izleyicinin bilinç dışı dünyasına uygun gelirken hem de yapıtı oluşturan kişiye verimli materyaller sunmaktadır.

Kahraman, öykünün temel karakteri konumunda yer almaktadır. Hayatını yapacağı yolculuğuna göre düzenlemekte ve kendi günlük yaşamından ayırmaktadır. Bilmediği, güvensiz ve tehlike dolu bir dünyaya adım atmakta ve öykünün sonunda olduğundan farklı, olgunlaşmış bir halde geri dönmektedir. Hatalarını düzeltmek, bir ödül sahibi olmak gibi kişisel amaçlarıyla ilgili yola çıkabilmekte ya da kötülerle savaşmak, dünyayı tehlikelerden arındırmak gibi insani amaçlar doğrultusunda yol alabilmektedir. Sonuç olarak kahraman, hayatını gözden çıkarmayı bilmesi gerekmektedir. Kahramanın öyküdeki dramatik işleyişi izleyicide özdeşleşme yaratmakta ve izleyiciler dünyayı kahramanın gözünden izleyerek olayları takip etmektedirler. Bundan dolayı seyirciyle bütünleşmenin sağlanabilmesi için kahramanlık ögelerinin evrensel olması gerekmektedir (Tecimer, 2005, s. 124).

Kahramanın mitolojik serüveni Yola Çıkış, Erginleme ve Geri Dönüş olmak üzere üç bölüme ayrılmıştır. Kahraman ilk olarak bulunduğu dünyadan çıkarak doğaüstü tuhaflıklar bölgesine doğru ilerlemektedir. İkinci olarak bu bölgede masalsı güçlerle karşılaşmakta ve karşılaşma sonucunda kesin bir zafer kazanmaktadır. Son olarak elde etmiş olduğu zaferle birlikte bu gizemli maceradan üstünlük sağlayan bir güçle geri dönmektedir (Campbell, 2013, s. 42).

Yola Çıkış

Campbell, Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modelinin çekirdek birimini yola çıkış aşaması ile başlatmaktadır (2000, s. 41). Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modelinde "Yola Çıkış": Maceraya çağrı, Çağrının reddedilişi, Doğa üstü yardım, İlk eşiğin aşılması, Balinanın karnı olmak üzere beş alt başlığa ayrılmaktadır.

Maceraya çağrı

Kahraman gündelik hayatında yaşamına devam ederken beklenmedik bir durumla bambaşka bir dünyaya sürüklenebilmektedir. Harekete geçen güçlerin ilk göstergesine ise "Haberci" denilmektedir. Bu haberci tarafından çağrının genelde tipik ortamı karanlık orman, büyük ağaç gibi beklenmedik olaylar zincirinden oluşmaktadır. (Campbell, 2013, s. 65-70). Kahramanların çağrıya yanıt verip evden ayrılışları, değişim sürecine girmelerinin ilk basamağını oluşturmaktadır (Işık 2012, s. 6).

Çağrının reddedilişi

Gerçek hayatta, mitlerde ve halk masallarında sıklıkla habercilerin çağrıları sonrasında kahraman bu çağrıyı cevapsız bırakabilmektedir. Çünkü kahramanın dikkati başka yöne kayabilmekte ve bu reddin gerçekleşmesiyle macera olumsuza dönüşmektedir (Campbell, 2013, s. 73).

Doğa üstü yardım

Genelde bilge görünümlü, kahramana yardım eden ve macerayı başlatacak olan akıl hocası, temel arketiplerden birisi olmaktadır. Jung, akıl hocasını "Yaşlı Bilge" arketipi olarak nitelendirmekte ve gelişmelerin ana kaynağı olarak yer vermektedir. Bu arketip; mitoslarda, masallarda simyacı, büyücü, din adamı gibi otoriter bir kimlikte bulunmaktadır. Kahramanın gizilde var olan üstün özellikleri bu arketipin yardımıyla ortaya çıkabilmektedir (Jung, 2005, s. 235). Akıl hocası, kahramanı yolculuk öncesi hazırlamakta ve gerekli yetenekleri kazandırmaya çalışmaktadır. (Tecimer, 2005, s. 126).

İlk engelin aşılması

Kahraman, maceraya girmeden önce "Eşik Muhafızları" diye adlandırılan engellerle karşılaşabilmektedir. Bu engeller, filmlerde ne kadar fiziki olarak görünse de kahramanın psikolojisiyle de alakalı olabilmektedir. Bu muhafızlar kahramanın şuan ki yaşadığı alanı belirterek sınırlamalar meydana getirmekte ve engeller sunmaktadır (Campbell, 2013, s. 94). Kahramanın girmek üzere olduğu dünyaya adım atması için eşik bekçisinin sorularını cevaplaması, bir bulmacayı çözmesi ya da bu macera dolu dünyaya girişi için layık olduğunu kanıtlaması gerekmektedir (Tecimer, 2005, s. 127).

Balinanın karnı

Campbell'a göre, büyülü eşikten geçişin bir yeniden doğum alanına geçme olduğu gibi, dünyanın her yerinde rahim imgesi olan balina karnıyla simgelenmiştir. Kahraman, eşiğin gücünü ele geçirmek ya da onunla uzlaşmak yerine bilinmeyenin içinde kaybolur ve ölmüş gibi görünür (2013, s. 107). Campbell'in "Balina Karnı" olarak tanımladığı kavram hikâyelerin çoğunda hayvan karnı, ağaç kavuğu olsun kahramanın psikolojik açıdan değiştiğini gösteren etken olmuştur. Eşiği geçen kahraman artık değişimi kabullenmiştir (Sayıcı, 2019, s. 173).

Erginleme

Modelin ikinci bölümü olan "Erginleme": Sınavlar yolu, Tanrıçayla karşılaşma, Baştan çıkarıcı olarak kadın, Babanın gönlünü alma, Tanrılaştırma, Nihai ödül olmak üzere altı alt başlığa ayrılmaktadır.

Sınavlar yolu

Kahraman, erginlemeden önce sahip olduğundan farklı bir yapıda ortaya çıkmakta ve başkasına dönüşmektedir (Eliade, 2015, s. 11-12). Eşiği aşan kahraman, birtakım sınavlardan geçmek üzere maceraya atılmaktadır. Bu aslında maceranın sevilen bir kısmı olmakta şaşırtıcı sınavlar ve zorluklarla dolu bir yolu belirtmektedir. Kahraman bu yola girmeden önce karşılaştığı doğaüstü yardımcının önerileri, tılsımlardan yardım almaktadır (Campbell, 2013, s. 113).

Tanrıçayla karşılaşma

Bu kısımda, kahramanın fark edeceği bir kutsal hedef onu farkında olmadan çatışma ortamına dâhil etmektedir (Indick, 2011, s. 202). Bu önemli hedef, kahramanın düşünsel olarak planladığı belirli davranış kalıpları içerisinde yer almamakta ve kahramanın bu kutsal hedefe ulaşabilmek için değerler nezdinde fedakârlık yapması gerekmektedir. Bu ideal genel olarak görünen yerlerde değil bazen toprağın altında bazen de derin bir kuyuda yer alabilmektedir (Tecimer, 2005, s. 171).

Baştan çıkarıcı olarak kadın

Kahraman yolculuğunun ilerleyen safhalarında baştan çıkarıcı unsurlarla karşı karşıya gelmektedir. Bu unsurlar, kahramanı bazen yola çıktığı amacından sapmasına, kendisine sunulan tekliflere kanmasına neden olmaktadır. Baştan çıkarıcı kişiler genelde kadın olsa da bazı durumlarda bir tehdit veya bir eylem olarak kahramanın karşısına çıkabilmektedir.

Babanın gönlünü alma

Ailenin otoritesine karşı çıkmak, genel olarak bir çok kişi için en büyük korkulardan ve en dramatik gerilimlerden biri olmaktadır. Kahramanın ataerkil yapıyı temsil eden baba benzeri bir karakter ile karşılaşması bu aşamada gerçekleşmektedir. Bu aşamanın temel işlevi kahramanın doğrudan babasıyla ya da baba görüntüsüyle özdeşleşmesini sağlamaktır. Baba imgesi hem iyi hem de kötü özellikleri yansıtabilmektedir. İyimser özellikleri kahramana rehber olması, destek sağlaması iken, kötümser özellikleri kahramanın artan enerjisini indirgemektir. Baba imgesinin bu iki niteliğinin tanımlanabilmesi kahramanın kendisini tanımasıyle eş değer olabilmektedir. Kahraman bundan dolayı kendi ruhunda barınan yetki imgesine uyum sağlamak zorunda kalmaktadır (Tecimer, 2005, s. 174). Freud ve Jung kişilerin çocukluktan gelen bazı önyargılarının ilerdeki yaşantılarına etki ettiğini belirtmişlerdir. Freud, Oedipus Kompleksini çocuğun karşı cinsteki aile bireyine karşı sevgi beslemesi ve aynı cinsteki aile bireyini kıskanıp düşman olması olarak açıklamaktadır. Jung ise kız çocuğunun babaya duyduğu sevgiyi ve anneye karşı düşmanlığını Elektra Kompleksi olarak adlandırmaktadır. Freud bunu ret ederek her iki cinsiyeti de Oedipus Kompleksi olarak nitelemiştir (Psikoloji Ağı).

Tanrılaştırma

Kahraman tanrılaştırma boyutu ile artık daha bilinçli ve daha olgun bir hale dönüşmüştür. Yolculuğa başladığı anındaki haliyle şimdiki hali arasında fark oluşmuştur. Kahraman gerçekliği daha net algılamaya ve daha geniş perspektiften olaylara bakma becerisini edinmiştir. Tanrılaştırma, doğurgan bir kavrama sağlarken, bu kavrayışa bir kere erişen kahraman, kendi kaderine tümüyle hâkim olmaktadır (Tecimer, 2005, s. 176-177).

Nihai ödül

Kahraman serüvenin sonlarına yaklaştığında yaşadığı zorluklardan dolayı ödüllendirilmektedir. Bu ödüller; sevgiliye ulaşma, tılsımlı bir kılıç, sürekli yemekler üreten bir sofra şeklinde olabilmektedir (Sayıcı, 2019, s. 175). Kişisel sınırları aşmanın acısını, ruhsal büyüme acısı olarak tanımlamaktadır. Sanat, edebiyat, mit ve tapım, felsefe ve çileci disiplinlerin hepsi, bireye ufuklarının ötesine, durmaksızın genişleyen gerçekleşme alanına geçmesinde yardımcı olmaktadır. Eşikleri ejder üstüne ejder öldürerek geçerken, en yüksek arzusuna çağırdığı tanrısallık, kozmosu dolduruncaya dek büyümektedir. Sonunda zihin, kozmosun sınır çeperini, tüm biçim deneyimlerini, tüm simgeleştirmeleri, tüm tanrısallıkları aşan bir gerçekleşme için aşmaktadır (Campbell, 2013, s. 219).

Dönüş

Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modelinin son bölümü olan "Dönüş": Dönüşün reddedilişi, Büyülü kaçış, Dışarıdan gelen kurtuluş, Dönüş eşiğinin aşılması, İki dünyanın ustası, yaşama özgürlüğü olmak üzere altı alt basamaktan oluşmaktadır.

Dönüşün reddedilmesi

Macera sona erdikten sonra kahramanın geri dönmesi gerekmektedir. Kahraman için engelleri aşarak yaşadığı erginlenmeden sonra dönüş yolculuğu başlamaktadır (Özkara, 2016, s. 127). Fakat kahramanın bu yolculuğunda kazandığı başarılar ve ödüller dönüşünü zorlaştırmakta ve dönüşü reddedebilmektedir. Dönüşün reddedilişi, bir önceki basamaklardan biri olan eşiği aşma gibi kritik öneme sahip olmaktadır. Öyküyü özel dünyanın köklerinden çıkaracak olan "kritik" olay, olayların gidişatını değiştiren yeni bir gelişme ya da yeni bir bilgi olabilmektedir. Genelde kritik olaylar tehlikenin bir kez daha altını çizerek kahramanı harekete geçirmelidir (Tecimer, 2005, s. 183).

Büyülü kaçış

Kahraman zafere ulaştığında kazandığı tecrübeler ve ödüller olduğu halde dönmeye niyetlenirse bu iki şekilde gerçekleşmektedir. Kahraman tanrı ya da tanrıçanın kutsamasını kazanırsa toplumun tekrardan inşa edilmesi için bir iksirle dünyaya dönerse tanrı/tanrıça tarafından desteklenmektedir. Eğer kahramanın dönüşü tanrı/tanrıçalar tarafından doğru bulunmazsa o zaman geri dönüş zorlu ve hareketli bir şekilde gerçekleşebilmektedir (Campbell, 2013, s. 225).

Dışardan gelen kurtuluş

Kahraman geri dönüş aşamasında dışardan birinin yardımı vasıtasıyla geri getirilebilmektedir. Kahraman geri dönüşe hazırlanırken bazen zor ve çaresiz dönemeçlere girebilmektedir. Dışardan gelen yardım onu eski rutin hayatına tekrardan göndermektedir (Campbell, 2013, s. 235).

Dönüş eşiğinin aşılması

Geri dönen kahramanın ilk sorunu, bir görevi başarıyla gerçekleştirmenin ruhu tatmin eden tasavvuruna ait bir deneyimin ardından, yaşamın süre gelen sevinç ve hüzünlerini, basmakalıp yanlarını ve gürültülü müstehcenliklerini gerçek olarak kabul etmektir. Böyle bir dünyaya neden geri gelmeli? Tutkuya boğulmuş erkek ve kadınlara, aşkın saadet deneyimini kabul edilir, hatta ilginç kılmayı neden denemeli? (Campbell, 2013, s. 247). Bu bağlamda; kahramanın içinde bulunduğu karmaşa kendisini maceradan daha fazla zorlamaktadır. Dönüş durumunda kahraman tekrardan eşik bekçileri ile karşılaşabilmektedir. Bu eşik bekçileri, diğerlerine göre kahramanı daha çok zorlamakta ve kahramanın rutin hayata dönmesini engellemeye çalışmışlardır (Tecimer, 2005, s. 187).

İki maceranın ustası

Kahramanın yeniden doğuşunu Jung şu şekilde belirtmiştir:

Her kim mağaraya, kendi içinde taşıdığı derinliklere ya da bilincin dışındaki karanlıklara girerse, kendini bir dönüşüme kapılmış olarak bulmaktadır. Bilinç ve bilinçdışı içerikleri arasında ilişki kurmakta ve sonucunda kişiliğinde köklü bir değişim yaşamaktadır. Sonucunda da hem bilincin hem de bilinçdışının (iki dünyanın) egemenliğine ulaşmaktadır (2005, s. 184).

Yaşama özgürlüğü

Mucizevi dönüşün sonucunda Campbell şu şekilde açıklamıştır:

Mitin amacı, bireysel bilinçliliğin evrensel iradeyle uyuşmasını sağlayarak bu türden yaşam aldırışsızlığına olan gereksinimi yok etmektir. Ve bu da zamanın geçici görüngüleriyle her şeyde yaşayıp ölen tükenmez yaşam arasında gerçek bir ilişki kurulmasıyla sağlanmaktadır (2013, s. 267).

Thelma ve Louise Filminin Çözümlenmesi

Erkek arkadaşıyla sorunlar yaşayan garson kız Louise (Susan Sarandon), narsist ve cinsiyet ayrımcısı kocasıyla sıkıntılı bir yaşam süren Thelma'yı (Geena Davis)ikna ederek özgürlüklerle dolu bir hafta sonu için kaçamak yapmaya ikna etmiştir. Yolda ilk uğrak yerleri olan barda özgürlüklerinin tadını çıkarıp eğlenmektedirler. Gece sonu araba park yerinde barda tanıştığı adam Thelma'ya tecavüz etmeye girişince Louise adamı öldürmek zorunda kalır. Polisin kendilerine inanmayacağını düşünen ikili kaçmaya karar vererek rotayı başka bir yöne çevirir.

Thelma ve Louise filmin başlıca karakterlerini oluşturmaktadır. Bu iki karakter farklı hayatlar sürdürmelerine karşın rutin hayatlarından, hayatlarında bulunan karşı cinsteki kişilerden sıkılmaya başlamışlardır. Film Kahramanın Sonsuz Yolculuğu Modeline göre ilk basamak olan *Maceraya Çağrı* ile başlamaktadır. Film açılışıyla birlikte önce Louise'nin gündelik hayatını gösterilmektedir. Bir kafede çalışan Louise, telefonla Thelma'yı aramakta ve paralel kurguyla ikisinin telefon görüşmeleri seyirciye yansıtılmaktadır. Thelma da rutin olarak ev işleriyle uğraşan bir kadın karakter konumunda yer almaktadır. Yola Çıkış aşamasındaki *Maceraya Çağrı* aşaması, iki karakterin de hayatlarındaki monotonluk ve sıradanlıklardan bir süreliğine kopma isteği maceraya çıkma için sebep olarak gösterilmektedir.

Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modelindeki bir sonraki aşama ise *Çağrının Reddedilişi* olmaktadır. Çağrının reddedilişi, kahramanın yolculuk için karar verme noktasında ikilemde kalmasını ifade etmektedir. Filmde; Louise, Thelma'yı gündelik yaşamlarından kurtarmak için iki günlük bir kaçamak teklif etmektedir. Ataerkil düzen içerisine sıkışmış, kocasının isteklerine göre hayat yaşayan bir kadın konumunda yer alan Thelma, bu bağlamda bilinmeyene adım atmaktan korkmuş, eşinin baskın ve takıntılı isteklerinden dolayı ilk başta bu teklife çekimser yaklaşmıştır. Thelma'nın Louise'in teklifine başlangıçta çekimser yaklaşması çağrının reddedilişi aşamasını oluşturmaktadır.

Doğa Üstü Yardım basamağında macera ateşini yakacak bilge kişiden bahsedilmektedir. Kahramanı cesaretlendiren ve ona yardımcı olan bilge kişi sayesinde karakter hayatını değiştirmeye karar verebilmektedir. Bu filmde Louise karakteri Thelma'ya göre daha girişken ve daha kararlı yapıda olduğu görülmektedir. Hayatındaki monotonluğun farkında olup bu monotonluğu değiştirme girişiminde bulunmayan Thelma, Louise'in aramasıyla ilk başta kararsız kaldığı yolculuğa sonrasında olumlu yanıt vererek hazırlanmaya başlaması doğa üstü yardım basamağını karşılamaktadır.

İlk Eşiğin Aşılması basamağı kahramanın maceraya adım atmadan önce herhangi bir engelle karşılaşması durumudur. Bu engeller bazen fiziki olsa da karakterin psikolojik durumlarıyla da ilişkili olabilmektedir. Louise'in yola çıkış teklifine Thelma ilk başta kararsız kalmıştır. Telefonu kapatan Thelma, eşi Darrly'e (Christopher McDonald) kahve hazırlamaktadır. Eşinin takıntılı ve agresif halleri ve sürekli kendi istekleri doğrultusunda hareket etmesi Thelma'yı harekete geçmesini sınırlandıran psikolojik engelleri oluşturmaktadır. Eşiğin aşılması ise eşi Darrly'nin o akşam eve gelmeyeceğini söylemesi üzerine gerçekleşmiş ve Thelma'nın macera atılmakla ilgili kararsızlığı, eşi Darrly'nin o akşam eve gelmeyeceği bilgisi üzerine ortadan kalkarak ilk eşik aşılmıştır.

Balinanın Karnı aşaması kahramanın felsefi ve psikolojik anlamda değişiminin başladığı ve bir daha dönüşünün olmadığı durumla karşı karşıya kalmasını ifade etmektedir. Thelma ve Louise iki günlük kafa dinleme maceraları için yola koyulmuşlardır. Yol kenarında bir barda bir şeyler içmek için mola verdiklerinde Thelma, Harlan (Timothy Carhart) adında barda eğlenen bir adamla tanışır. Gecenin sonunda park yerinde Harlan, Thelma'ya tecavüz etme girişiminde bulunmaktadır. Karşı koyan Thelma, Harlan'ın cinsel şiddetinin yanı sıra fiziksel şiddetine de maruz kalmaktadır. Louise, Thelma'nın yolculuk sırasında yanına aldığı silahla tecavüzü önlemiştir. Fakat Harlan'ın tahrik edici cümlesi Louise'in izleyicinin

bilmediği ama daha sonrasında çözmeye çalışacağı bir soru işaretini hafızalarda belirtir: "Fahişe! Seni de becermeliydim!" Bu cümleden sonra Louise elindeki silahı ateşleyerek Harlan'ı vurur. Thelma ve Louise olayın şokuyla arabaya binip orayı terk etmeye çalışır. Yaşanan bu durumdan sonra karakterler için geri dönüşü olmayan bir kaçış başlamıştır. Özgürlük ve eğlenmek amaçlı çıktıkları yolda yaşanan cinayet sonrasında polisin kendilerine inanmayacağını düşünerek gittikleri rotayı başka bir tarafa çevirmek zorunda kalmışlardır. Sonuç olarak karakterlerin psikolojik anlamda değişiminin yanında yola çıkış amaçları da değişim göstermiştir.

Sınavlar Yolu aşaması kahramanın bir dizi sınavlardan geçtiği, yeni dostlar edindiği ve düşmanlarla karşılaştığı durumu göstermektedir. Thelma ve Louise filmi, Feminist incelemelere fazlasıyla örnek teşkil eden dişil ve eril karakterlerin sinema perdesinde nasıl gösterildiğini belirten bir film olmaktadır. Filmin başından itibaren yola çıkan bu iki kadın karakter yolda birçok erkek sürücü tarafından sözlü tacize uğramıştır. Filmde, Thelma ve Louise'in çıktıkları yolculuk fiziksel olduğu kadar, psikolojik ve ideolojik bir dönüşüm sürecidir. Başlangıçta bağımlı ve edilgen olan Thelma, film ilerledikçe karar veren, eyleyen ve güç kazanan bir karaktere dönüşür. Bu dönüşüm, kadın karakterlerin bireyleşmesine ve özneleşmesine işaret eder. Yaşanılan düzende baskın olan ataerkil toplumun iktidarı, yollarda da aynı şekilde devam etmektedir. Yine Thelma'nın bardaki Harlan karakteri tarafından tecavüze uğrama eşiğine gelmesi, karşı koyması sırasında Harlan'dan şiddet görmesi bu iki kadın karakterin maceraya atıldığı sırada yaşadığı zorlukları meydana getirmiştir. Polislerin kendilerine inanmayacağını düşünerek kaçmaya başlayan karakterlerin ilk problemi maddi açıdan olmuştur. Yollarına devam ederken mola yerinde otostop çeken J.D (Brad Pitt) ile tanışır. Sürekli olarak onlara inanmayacaklarını düşünen dedektiflerle ve polis ekipleriyle bir kovalamaca içinde gelişen olaylar gerçekleşir.

Tanrıçayla Karşılaşma kahramanın dönüşümünün ve bilgeleşmesinin yaşandığı aşama olmaktadır. Kadın karakter kahramansa eril kişi tanrıça kavramı ile ilişkilendirilebilmektedir. Filmde tam olarak bu aşama ifade edilmese de Thelma'nın bir gecelik kaçamağı olan J.D farkında olmadan Thelma'nın dönüşümüne olanak sağlamıştır. Kendini üniversite öğrencisi olarak tanıtan J.D karakteri aslında bir soyguncudur ve geçimini bu işten sağlamaktadır. Thelma'nın konakladığı otel odasına gelen J.D gerçek kimliğini Thelma'ya ifade etmiş, soygunun nasıl yapıldığını uygulamalı olarak anlatmıştır. Yaşadığı ilişkiden keyif alan Thelma, kendini farklı hissettiğini de Louise'e sabah ifade etmiştir. Bir sonraki aşama olan *Baştan Çıkarıcı Olarak Kadın* bu aşama ile ilişkilendirilebilir. Yaşanılan zorlu yolculukta Thelma'nın kafasının karışıklığı J.D ile yakınlaşmasını sağlamıştır. Kendilerine yeni bir hayat kurmak ve izlerini kaybettirmek için Meksika'ya gitmek üzere yol alan bu ikiliden Louise, Thelma'nın ısrarları üzerine J. D'yi arabasına almak zorunda kalmıştır. Thelma bir süreliğine hedeflenen ve arzulanan yoldaki amaçlarından sapma yaşamaktadır. Yolculuk için gerekli olan parayı bulan Louise, parayı saklaması için Thelma'ya vermiştir. O gece plana dâhil olmayan J.D, geceyi Thelma'nın odasında geçirmiştir. Sabah da parayı alarak kayıplara karışmıştır. Sonuç olarak Thelma, J.D sayesinde yolculuk için çaba sarf ederek buldukları parayı bir anlık zaafları doğrultusunda kaybetmiştir. Yine buradaki diğer bir detay da paranın çalınmasından sonra Thelma'nın gerekli ihtiyaçları sağlamak için marketteki kasayı soymasıdır. Thelma, J. D'nin baştan çıkarıcı etkisi ile parayı kaybederken J. D'den öğrendikleriyle de market soymuştur. Bu karakterin dönüşümüne, cesaretlenmesine neden olan ve tanrılaşan J.D karakteridir. Tam olarak bu aşamayı ifade etmese de kahramanın dönüşümüne yardımcı olması bakımından önem taşımaktadır. Baştan çıkarıcı unsurlar kadın ya da erkek karakter dışında başka etkiler de barındırabilir. Örneğin; gündelik yaşamında fazla alkol tüketmeyen Thelma'nın, barda fazla alkol tüketmesi sonucu kendini kaybetmesi ve tecavüz durumuyla karşı karşıya kalması gibi. Bu durum, kadın karakterin yola çıkış amacından sapmasına ve başka amaçlara yönelmesine sebep olmuştur.

Kahramanların doğrudan babasıyla ya da baba görüntüsüyle özdeşleşmesini sağlayan *Babanın Gönlünü Alma* aşamasını oluşturmaktadır. Kahramanın ataerkil yapıyı temsil eden baba benzeri bir karakterle karşılaşma aşaması olan *Babanın Gönlünü Alma* bu filmde görülmemektedir. Kadın karakterler böyle niteliklere sahip biriyle denk gelmemişlerdir. Filmdeki erkek karakterler (Darryl, JD, polisler, kamyon şoförü) çoğunlukla tehdit edici, kontrolcü ya da aldatıcı konumundadır. Bu durum ataerkil sistemin kadınlar üzerindeki baskısını sembolize etmektedir.

Maceranın sonlarına doğru zorluklarla baş eden ve her şeyini kaybeden kahramanın yeniden doğma aşaması *Tanrılaşma* olmaktadır. Filmde paraya ihtiyacı olan karakterlerin elde ettikleri yüklü derecede parayı kaybetmeleriyle yeniden doğuşları gerçekleşmiştir. Thelma'nın market soyması buna örnek verilebilir. Bunun haricinde yol boyunca bir tır şoförünün sürekli sözsel tacizine maruz kalmışlardır. Maceranın

sonlarına doğru yolda yine tır şoförü tarafından sözsel tacize uğrayınca şoförden kendilerini takip etmesini istemektedirler. Dinlenme tesisinde duran ikili, öncelikle şoförün kendilerinden özür dilemesini beklemektedir. Özür dilemeyeceğini söyleyen tır şoförüne silah doğrultan Thelma ve Louise tırın tekerleklerini patlatarak tırı havaya uçurmaktadır. Bunun yanında kendilerini takip eden polis memurunun kafasına silah dayayan ve onu araba bagajına kilitleyen Thelma, büyük derecede değişim göstererek eski, pasif yapısından kurtulmuştur.

Nihai Ödül aşaması kahramanın maceranın sonuna geldiğinde karşılaştığı zorluklar karşısında ödüllendirilmesidir. Filmde Harlan cinayeti işlendikten sonra Thelma ve Louise rotalarını değiştirerek polisten kaçmaya başlamaktadır. Sınırı geçebilmeleri için yüklü bir paraya ihtiyaç duymuşlardır. Louise, bankadaki parasını çekmek için sevgilisinden yardım istemiştir. Parayı sonra kaybetseler de onlar için bu durum ödülü temsil etmektedir.

Dönüşün Reddedilişi kahramanın zorlu yollardan geçip ödüllerini kazandığı ve geri dönüşe geçtiği aşamayı oluşturmaktadır. Kahraman bu noktada, kararsızlık yaşayıp geri dönüşü reddedebilir. Filmde, cinayet işlendikten sonra dedektifler kahramanların peşine düşmekte ve kahramanların yolculuk yaptıkları yerler, mekânlar tespit edilmeye çalışılmaktadır. Kimsenin onlara inanmayacağını düşünen iki kadın karakter cinayetten sonra dönmeyi asla düşünmemektedir. Bununla birlikte market soygunu suçundan dolayı da aranıyor olmaları dönüşün reddedilişine neden olmuştur.

Büyülü Kaçış aşaması, kahramanın peşindeki düşmanlardan mucizevi şekillerde kurtulmasıyla ilgili durumu ifade etmektedir. Filmde Thelma ve Louise, birden fazla olan polis ekiplerini atlatarak izlerini kaybettirmiştir. *Dışarıdan Gelen Kurtuluş* aşaması, bu filmde görülmemektedir. Kahramanlar birkaç defa rutin hayatlarındaki insanlarla iletişime geçmiş, ama dönmeyi düşünmemişlerdir. *Dönüş Eşiğinin Aşılması* aşaması, yine bu filmde görülmemektedir. Kahramanlar aksine polis ekipleri tarafından gündelik hayatlarına döndürülmek için zorlanmakta fakat onlar devam etmek için sürekli kaçmaktadır. *İki Dünyanın Ustası* basamağı macerayı tamamlayan kahramanın hem maceranın içinde hem de dönüş yolunda ilk başladığı noktadan daha olgun hale gelmesiyle alakalı bir durumdur. Filmin son bölümünde uçurumun kenarında kahramanların etrafı polisler tarafından çevrilmektedir. Artık kaçabilecek alternatif bir yol kalmamıştır. Ya teslim olacaklardır ya da birkaç adım ilerdeki uçurumdan aşağı düşeceklerdir. Kahramanlar geri dönüş yoluna asla geçmemiş ve gündelik yaşamlarına devam etmemişlerdir. Teslim olmayı düşünmeyen ikili arabayla uçurumdan aşağı düşmektedir. Kadınlar için klasik bir "eve dönüş" mümkün değildir. Sistem onlara yer bırakmaz. Polis tarafından kıstırıldıklarında geri dönüşten vazgeçerler. Finalde uçuruma sürülen araba, bir anlamda özgürlüğe uçuş olarak da yorumlanabilir. Kadınlar için sisteme teslim olmanın alternatifi, kendi sonlarını kendilerinin seçmesidir. Bu dramatik kapanış, kadınların kaderini ellerine alışını vurgulamaktadır. Yol filmleri genellikle erkeklerin özgürlük arayışlarını işlemesine karşın *Thelma ve Louise*, bu türe kadın merkezli bir bakış getirmektedir. Kadınların yolculuğu, dışsal olduğu kadar içsel bir özgürleşme sürecini de ifade etmektedir. Film bu türü feminist bir perspektifle dönüştürmektedir. Filmin sonunda *Thelma ve Louise*'in arabayı uçuruma sürmesi, birçok izleyici için trajik bir ölüm olarak görülebilmesine karşın feminist kuram açısından bu sahne, özgürlüğün sembolik ifadesi olarak okunmaktadır. Ataerkil adalet sistemine teslim olmak yerine kendi kaderlerini seçmektedirler. *Yaşama Özgürlüğü* aşaması kahramanların maceranın sonunda var olmayı öğrendiğini ve korkularından arındığını göstermektedir. *Thelma ve Louise*, feminist kuram açısından değerlendirildiğinde, kadın karakterlerin ataerkil düzene başkaldırısını, özneleşmesini ve özgürleşme arayışlarını yansıtan bir anlatı oluşturmaktadır. Film; cinsiyet rollerini, sistemik şiddeti ve kadın dayanışmasını sorgularken, klasik sinema anlatılarına da feminist bir alternatif sunmaktadır. Bu yönüyle *Thelma ve Louise*, sadece bir suç ya da yol filmi değil aynı zamanda kadın özgürlüğü ve sistem eleştirisi üzerine kurulmuş politik bir metin olarak yorumlanabilmektedir.

1991 yapımı bir aksiyon ve yol filmi özelliği taşıyan *Thelma ve Louise* filmi merkeze alınan kadın kahramanları açısından kimilerince erkek türün feminist bir yeniden yorumu olarak değerlendirilmiş, kimilerince ise de kadın cinselliğiyle alakalı erkek efsanelerinin sorgulanmasına yol açmıştır. Kadın kahramanlar filmde silah, araba, bilgisayar gibi güç ve özgürlüğü simgeleyen teknolojik aletleri kullanarak kadın kahramanların aktif olarak varlık göstermesi feminist film eleştirisinin uzun zamandır yıkmaya çalıştığı yapıyı belli bir seviyede de olsa sağladığı görülmektedir. Thelma ve Louise maceranın başlangıç noktasından son noktasına kadar fazlasıyla değişim göstermişlerdir. Ayrıca düşmanlarıyla savaşmışlar ve gerekli olan dersleri almalarını sağlamışlardır.

Tablo 1. *Filmin Kahramanın Sonsuz Yolculuğu Modeline Uygunluğu*

Maceraya Çağrı	*X*
Çağrının Reddedilişi	*X*
Doğa Üstü Yardım	*X*
İlk Eşiğin Aşılması	*X*
Balinanın Karnı	*X*
Sınavlar Yolu	*X*
Tanrıçayla Karşılaşma	*X*
Baştan Çıkarıcı Olarak Kadın	*X*
Babanın Gönlünü Alma	-
Tanrılaştırma	*X*
Nihai Ödül	*X*
Dönüşün Reddedilişi	*X*
Büyülü Kaçış	*X*
Dışarıdan Gelen Kurtuluş	-
Dönüş Eşiğinin Aşılması	-
İki Dünyanın Ustası	*X*
Yaşam Özgürlüğü	*X*

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Joseph Campbell'ın Kahramanın Sonsuz Yolculuğu, başarılı filmlerin oluşturulmasında her zaman kaynak gösterilen bir model olmuştur. Thelma ve Louise filminin başarıyı yakalamasında da önemli bir etkisi olmuştur. Özellikle öykünün yorumcusu veya yazarı tarafından hikâyedeki kahramanın ve olguların belirli bir aşamaya göre düzenlenmesinde yardımcı olduğu görülmektedir.

Thelma ve Louise filminin Joseph Campbell'ın Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modeline uygunluğunun ortaya konulmaya çalışıldığı filmde, Kahramanın Yolculuğu modelinin tüm evreleri kullanılmasa da 17 aşamadan 14 aşamasının uygulandığı görülmüştür. Yola Çıkış, Erginleme, Geri Dönüş bölümlerinden ve maceraya çağrı, çağrının reddedilişi, doğa üstü yardım, ilk eşiğin aşılması, balinanın karnı, sınavlar yolu, tanrıçayla karşılaşma, baştan çıkarıcı olarak kadın, babanın gönlünü alma, tanrılaştırma, nihai ödül, dönüşün reddedilişi, büyülü kaçış, dışarıdan gelen kurtuluş, dönüş eşiğinin aşılması, iki dünyanın ustası, yaşam özgürlüğü alt bölümlerinden oluşan Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modelinin "Thelma ve Louise" filminde başarılı bir şekilde uygulandığı ve modelle işlerlik sağladığı görülmektedir. Babanın gönlünü alma, dışarıdan gelen kurtuluş ve dönüş eşiğinin aşılması basamaklarının dışında geriye kalan 14 basamak filmde kullanılmıştır.

Araştırmada incelenen Thelma ve Louise filmi, mitoloji ve hikâye anlatma yöntemleri üzerine incelemeler yapan, yaptığı birçok çalışmada hikâye anlatma yöntemlerinin belli kalıpları olduğunu düşünen, tüm başarılı filmlerin bu kalıpları kullanarak başarıyı yakaladığını belirten Joseph Campbell'ın Kahramanın Sonsuz Yolculuğu modeline göre çoğu aşamada uygunluk göstermiştir. Modeldeki Yola Çıkış, Erginleme ve Dönüş ana aşamalarının alt parametrelerindeki sıralamada değişkenlikler görülmüştür. Kahramanlar filmde maceraya atılmış, belirli olgunluk seviyesine ulaşmış ve başlangıcından daha farklı ve daha bilinçli hale geldikleri ve kökten bir değişim yaşadıkları ortaya konmuştur.

Filmde; Louise'in, Thelma'yı gündelik yaşamlarından kurtarmak için iki günlük bir kaçamağa davet etmesi maceraya çağrı aşamasını, ataerkil düzen içerisine sıkışmış, kocasının isteklerine göre hayat yaşayan Thelma'nın bilinmeyene adım atmaktan korkarak bu davete çekimser yaklaşması da çağrının reddedilişi aşamasını oluşturmuştur. Thelma, Louise'in aramasıyla ilk başta kararsız kaldığı yolculuğa sonrasında olumlu yanıt vererek hazırlanmaya başlaması doğa üstü yardım basamağını, Thelma'nın eşi Darrly'nin akşam eve gelmeyeceğini söylemesi üzerine Thelma'nın kararsızlığının ortadan kalkması ilk eşiğin aşılması basamağını oluşturmuştur. Louise'in, silahla Harlan'ı vurması balinanın karnı aşamasını, yolda erkekler tarafından sözlü tacize uğramaları, Harlan tarafından şiddete maruz kalmaları, polis ekipleriyle kovalamaca içinde olmaları da sınavlar yolu aşamasını karşılamaktadır. Kadın karakter kahramansa eril kişi tanrıça kavramı ile ilişkilendirilmesinden dolayı Thelma'nın bir gecelik kaçamağı olan J.D farkında olmadan Thelma'nın dönüşümüne olanak sağlaması nedeniyle tanrıçayla karşılaşma aşamasını, yaşadığı ilişkiden keyif alan Thelma'nın kendini farklı hissetmesi de baştan çıkarıcı kadın aşaması ile ilişkilendirilebilir. Kahramanın ataerkil yapıyı temsil eden baba benzeri bir karakterle karşılaşma aşaması olan babanın gönlünü alma aşaması filmde görülmemiştir. Filmde paraya ihtiyacı olan karakterlerin elde ettikleri parayı kaybetmeleriyle pasif yaşamlarından kurtulmaları, yeniden doğmaları Tanrılaşma aşamasını karşılamaktadır. Sınırı geçmek için ihtiyaç duydukları parayı bankadan çekebilmeleri nihai ödül aşamasını, cinayetten sonra

kimsenin onlara inanmayacağını düşünmelerinden dolayı dönmeyi düşünmemeleri de dönüşün reddedilişi aşamasını karşılamıştır. Thelma ve Louise'in, polis ekiplerini atlatarak izlerini kaybettirmeleri büyülü kaçış aşamasını oluştururken dışarıdan gelen kurtuluş ve dönüş eşiğinin aşılması aşamaları filmde görülmemiştir. Kahramanlar geri dönüş yoluna asla geçmemişlerdir. Teslim olmayı düşünmeyen ikilinin arabayla uçurumdan aşağı düşmeleri iki dünyanın ustası aşamasını, Thelma ve Louise'in maceranın ilk başındaki noktadan son noktasına kadar fazlasıyla değişim göstermeleri de yaşama özgürlüğü aşamasını oluşturmuştur. Feminist bir yol hikayesinin anlatıldığı bu filmde kadın kahramanlar sisteme karşı direnişin sembolü haline gelmektedir. Kadın karakterlerin yolculuğu, sistemden kaçış ve özgürlük arayışıdır. Erkek karakterler karşısında bağımsızlaşan kadın karakterler kendi kaderlerini belirlemeye başlamıştır. Filmin son sahnesinde uçuruma doğru sürülen araba bir anlamda özgürlüğe uçuş olarak yorumlanabilir. Uçuş ölüme değil özgürlüğe atılan bir adımı olarak film bireysel ve ruhsal özgürlükle sonuca ulaşmıştır.

Filmdeki yolculuk, kadın kimliğinin bastırılmış yönlerinin özgürleşme sürecini yansıtmaktadır. Diğer çalışmalar için öneriler:

Özellikle "dönüş" aşamasının eksikliği ya da farklı şekillerde ele alınmasının (*Thelma ve Louise*'de geri dönüş olmaması) alternatif anlatılarla ilişkilendirilebilir.

Film, ataerkil sistemin baskıcı yapısını eleştirmektedir. Bu yönüyle klasik anlatı modeline politik bir içerik kazandırmaktadır. Joseph Campbell'ın modeli, anlatıların ideolojik yönleriyle birlikte ele alarak, toplumsal cinsiyet, sınıf, ırk gibi kesişimsel boyutlarıyla ele alınabilir. Anlatıların yerel, kültürel ve tarihsel bağlamlarını göz önünde bulundurarak modele yeni evreler ya da varyasyonlar eklenebilir.

Kahraman figürlerinin temsil biçimleri ve izleyici ile kurdukları ilişkiler daha derinlikli olarak analiz edilebilir. *Thelma ve Louise*, erkek kahramanın yolculuğuna özgü evreleri kadın karakterler üzerinden sorgulamakta ve dönüştürmektedir. Kahramanlık kavramı eril güç gösterileriyle değil direniş, dayanışma ve özerklik gibi değerlerle yeniden tanımlanabilir.

Etik Beyan

"Kahramanın Sonsuz Yolculuğu Modeli: Thelma ve Louise Filmi Üzerine Bir İnceleme" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Bu makalede çalışma kapsamı gereği etik kurul izni gerekmemektedir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*The Hero's Infinite Journey Model: A Study on the Movie Thelma And Louise*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. This article does not require ethics committee approval due to the scope of the study.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Adanır, O. (1994). *Sinemada anlam ve anlatım*. İzmir: Kitle Yayınları.
Ayzenştayn, S. (1975). *Bir sinemacının düşünceleri.* (Azmi Arna Çev.). İstanbul: Yol Yayınevi.
Berktay, F. (2014). *"Feminist teoride açılımlar."* (Ed. Yıldız Ecevit ve Nadire Kalkıner). Toplumsal cinsiyet çalışmaları içinde Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
Bölükbaşı, B. (2023). *Türk mitolojisi atlası.* İstanbul: Pressti İKM Yayıncılık.
Brown, B. (2005). *Sinematografi kuram ve uygulama.* (Selçuk Taylaner Çev.). İstanbul: Hil Yayınları.
Campbell, J. (2000). *Kahramanın sonsuz yolculuğu.* İstanbul: Kabalcı Yayınevi
Campbell, J. (2013). *Kahramanın sonsuz yolculuğu.* (Sabri Gürses Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
Campbell, J. (2017). *Kahramanın sonsuz yolculuğu.* İstanbul: İthaki Yayınları.
Çoban, B. (2009). *Sinema, mitoloji, ideoloji; sinemaya eleştirel bir bakış.* (Ed. Z.K. Uslu, C. Bilgili). İstanbul: Beta Yayınları.
Eliade, M. (2015). *Doğuş ve yeniden doğuş -insan kültürlerinde erginlenmenin dini anlamları.* İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
Gezgin, İ. (2014). *Sanatın psikolojisi.* İstanbul: Sel Yayıncılık.
Heywood, A. (2014). *"Feminizm"*, Siyasi ideolojiler içinde (Şeyma Akın Çev.). Ankara: Adres Yayınları.

Indick, W. (2011). *Senaryo yazarları için psikoloji.* Istanbul: Agora Kitaplığı.
Işık, N. (2012). Türk masal kahramanlarının "yolculuk"tan olgunluğa değişim süreci. *Türk Dünyası Araştırmaları,* 200, 1-18.
Jaggar, A. M. (1988). Feminist Politics and Human Nature. New Jersey: Rowman & Littlefield Publishers.
Jung, G. C. (2005). *Dört arketip.* İstanbul: Metis Yayınları.
Mermutlu, A., & Çetin, F. T. (2023). Radikal feminist kuram ve annelik söylemi. *Hafıza Dergisi*, 5(2), 163-176.
Neyer, G., & Bernardi, L. (2011). "Feminist perspectives on motherhood and reproduction." *Historical Social Research*, 36/2, 162-176.
Ocak, A. Y. (2009). *İslâm'ın temel inançları etrafında oluşan "mitolojik" kültür: "İslâm mitolojisi" yahut İslâm ilahiyatının ihmal edilmiş önemli bir sorunsalı (Bir "mise-en-question" Denemesi).* 6(1), 139.
Onaran, A.Ş. (1986). *Sinemaya giriş.* Filiz Kitapevi. İstanbul: Bayrak Matbaacılık.
Özkara, O. (2016). *"Joseph Campbell'ın kahramanın sonsuz yolculuğu eseri bağlamında kazan bey oğlu Uruz Bey'in esir düştüğü destan".* Dede Korkut Okumaları. İstanbul: Kesit Yayınları.
Özön, N. (1990). *100 Soruda sinema sanatı.* (3. Basım). İstanbul: Gerçek Yayınları.
Öztuna, G. (1985). *Sinema, geleneksel sanatların çağdaş yorumu sinema.* Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, Ankara: Akademi Matbaası.
Sayıcı, F. (2019). Sinemada yol ve yolculuk kavramı bağlamında karakterin dönüşümünün incelenmesi. (Doktora Tezi). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,* Konya.
Sevim, A. (2005). *Feminizm.* İstanbul: İnsan Yayınları.
Steeves, L. H. (1994). *"Feminist teoriler ve medya çalışmaları." medya, iktidar, ideoloji.* Ankara: Ark Yayınevi.
Simavi, S. (1931). *Sesli sessiz ve renkli sinema.* Kanaat Kütüphanesi.
Şanlı, M. (2019). *Evren, yaratılış ve köken mitleri.* İstanbul: Ötüken Neşriyat.
Taş, G. (2016). "Feminizm üzerine genel bir değerlendirme: Kavramsal analizi, tarihsel süreçleri ve dönüşümleri". *Akademik Hassasiyetler Dergisi*, 3/5, 163-175.
Tecimer, Ö. (2005). *Sinema modern mitoloji.* İstanbul: Plan B Yayınları.
Voytilla, S. (1999). *Myth and movies.* Michael Weise Productions.
Zoralı, A. E. (1960). *Si-Sa Sinema Sanatı Dergisi,* (5), 6.
Mitolojiden Gelen Psikolojik Terimler: Oedipus ve Elektra. https://psikolojiagi.com/mitolojiden-gelen-psikolojik-terimler-oedipus-ve-elektra adresinden ulaşılmıştır. (E. T. 05.02.2024).

EXTENDED ABSTRACT

In this study, the model of 'The Eternal Journey of the Hero' written by Joseph Campbell in 1949 is taken as a basis and the film Thelma and Louise, directed by Ridley Scott, which won a critical and commercial success by receiving six nominations at the 64th Academy Awards, is analysed on the basis of genre film criticism. In this context, the film Thelma and Louise, which was selected as a sample, was watched in detail and the protagonists of the film were determined. Throughout the film, the position of the protagonists in the script was analysed and the suitability of the film to Joseph Campbell's model of the eternal journey of the hero was investigated. The aim of the study is to underline the mental and physical changes of the protagonists, how the protagonists are presented in the film, how the characters change at the end of the film and what are the steps that lead the film to success. In this respect, it is important to analyse the film Thelma and Louise, which has been awarded many awards and has been examined by many cinema theories in terms of both mise-en-scene and content, in order to reveal how the characters are presented, how they change and what are the steps that carry the film to success. Joseph Campbell's The Hero's Infinite Journey has always been a reference model for the creation of successful films. It also had an important influence on the success of the film Thelma and Louise. In particular, it is seen that it helps the interpreter or writer of the story to organise the protagonist and the facts in the story according to a certain stage. In the film; Louise's invitation to Thelma for a two-day getaway in order to save her from their daily life constitutes the stage of the call to adventure, and Thelma's abstention to this invitation, who is stuck in the patriarchal order and lives her life according to her husband's wishes, fearing to step into the unknown, constitutes the stage of the rejection of the call. The fact that Thelma responded positively to Louise's call and started to prepare for the journey, which she was hesitant at first, constituted the step of supernatural help, and the fact that Thelma's indecision disappeared when Thelma's husband Darrly said that he would not come home in the evening constituted the step of crossing the first threshold. Louise's shooting Harlan with a gun fulfils the belly of the whale stage, and being verbally harassed by men on the road, being subjected to violence by Harlan, and being in a chase with police teams fulfils the road of trials stage. Since the heroine is associated with the concept of the goddess, J.D., who is Thelma's one-night fling, unwittingly enables Thelma's transformation, and the fact that Thelma, who enjoys the relationship she has, feels different can be associated with the seductive woman stage. The stage of the hero's encounter with a father-like character representing the patriarchal

structure, the father's appeasement, is not seen in the film. In the film, the characters who need money in the film are freed from their passive lives and reborn after they lose the money they have obtained, which meets the stage of deification. The fact that they were able to withdraw the money they needed to cross the border from the bank fulfils the final reward stage, and the fact that they did not think of returning after the murder because they thought that no one would believe them fulfils the stage of rejection of return. While Thelma and Louise's eluding the police teams and losing their traces constitutes the magical escape stage, the stages of salvation from the outside and crossing the threshold of return are not seen in the film. The protagonists never took the road back and continued their daily lives. The fact that the two, who do not think of surrendering, fall off the cliff in the car constitutes the master of two worlds stage, and the fact that Thelma and Louise change a lot from the first point of the adventure to the last point constitutes the freedom to live stage. In the film, in which the conformity of the film Thelma and Louise with Joseph Campbell's model of the Hero's Endless Journey was tried to be revealed, it was seen that 14 of the 17 stages of the Hero's Journey model were applied, although not all stages were used. The film consists of the chapters Departure, Taming, Return and the call to adventure, rejection of the call, supernatural help, overcoming the first threshold, the belly of the whale, the path of trials, the encounter with the goddess, the woman as a seductress, winning the father's favour, deification, the ultimate reward, It has been observed that the model of the Hero's Endless Journey, which consists of the sub-sections of rejection of return, magical escape, salvation from the outside, overcoming the threshold of return, master of two worlds, freedom of life, has been successfully applied in the film 'Thelma and Louise'. Except for the steps of making up with the father, salvation from the outside and crossing the threshold of return, the remaining 14 steps were used in the film. The film Thelma and Louise, which was examined in the research, showed conformity at most stages according to Joseph Campbell's model of the Hero's Endless Journey, which examines mythology and storytelling methods, thinks that storytelling methods have certain patterns in many of his studies, and states that all successful films achieve success by using these patterns. Variations were observed in the order of the sub-parameters of the main stages of Departure, Reinforcement and Return in the model. It has been revealed that the heroes in the film have reached a certain level of maturity and have become different and more conscious than at the beginning.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Keremet Köç Çizgi Filminin UNESCO Evrensel Değerler Perspektifinden İncelenmesi

Aidai ÖMÜRBEKOVA[1] ve Uğur ÜNAL[2]

Öz

Bireylerin ve grupların değerleri hakkında bilgi edinmek, onların tutum ve davranışlarını anlamamıza yardımcı olmaktadır. Değer, bir varlığın ruhsal, toplumsal, ahlaki ya da estetik açıdan taşıdığı yüksek veya yararlı nitelik olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda, değerler gelişim sürecindeki çocukların tutum ve davranışlarını şekillendirmektedir. Bu bağlamda, çocukların en fazla maruz kaldıkları medya içeriklerinden biri olan çizgi filmler yoluyla aktarılan değerlerin incelenmesi, değer eğitiminde oynadıkları rolü anlamak açısından önem arz etmektedir. Değerler eğitiminde kullanılan araçlardan biri de televizyondur. Son yıllarda çocukların en çok tercih ettiği televizyon programları arasında animasyon yapımları öne çıkmaktadır. Bu araştırma, çizgi filmlerde yer alan evrensel değerleri ve bu değerlere ne sıklıkta yer verildiğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, okul öncesi dönem çocuklarını hedef alan "Keremet Köç" çizgi filminin içerdiği değerlerin UNESCO'nun Yaşayan Değerler Eğitimi Programı çerçevesinde belirlediği 12 evrensel değer temel alınarak incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında seçilen üç bölüm üzerinde yapılan analiz sonucunda, toplam 75 değer tespit edilmiştir. Bulgular, çizgi filmde en sık vurgulanan değerlerin sevgi (11), özgürlük (10) ve saygı (10) olduğunu ortaya koymuştur. Buna karşılık, barış (1) değeri en az işlenen evrensel değer olarak belirlenmiştir. Diğer değerlerin dağılımı ise sorumluluk (8), birlik/dayanışma (7), iş birliği (6), mutluluk (6), alçakgönüllülük (6), sadelik (4), hoşgörü (3) ve dürüstlük (3) şeklindedir. Bu bulgular, bazı değerlerin daha baskın şekilde işlendiğini, bazı değerlerin ise sınırlı kaldığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Evrensel değerler, Çizgi film, Keremet Köç

Analysis of the *Keremet Köç* Animated Series from the Perspective of UNESCO Universal Values

Abstract

Understanding the values of individuals and groups provides insight into their attitudes and behaviors. A value is defined as a high or beneficial quality that a being possesses in spiritual, social, moral, or aesthetic terms. Moreover, values shape children's attitudes and behaviors throughout their developmental process. In this context, examining the values conveyed through animated cartoons, one of the most frequently consumed media contents by children, is crucial for understanding their role in value education. Television is one of the primary tools used in value education. In recent years, animated productions have become some of the most preferred television programs among children. This study aims to identify the universal values represented in animated cartoons and examine the frequency of their occurrence. Specifically, it analyzes the values embedded in the *Keremet Köç* animated series, which targets preschool children, based on the 12 universal values outlined in UNESCO's Living Values Education Program. An analysis of three selected episodes revealed a total of 75 instances of values. The findings indicate that the most frequently emphasized values in the cartoon are love (11), freedom (10), and respect (10). In contrast, peace (1) emerged as the least represented universal value. The distribution of other values is as follows: responsibility (8), unity/solidarity (7), cooperation (6), happiness (6), humility (6), simplicity (4), tolerance (3), and honesty (3). These findings suggest that certain values are more prominently featured, while others receive limited representation.

Keywords: Universal values, Cartoon, Keremet Köç

Atıf İçin / Please Cite As:

Ömürbekova, A. ve Ünal, U. (2025). Keremet Köç çizgi filminin UNESCO Evrensel Değerler Perspektifinden incelenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1070-1083. doi:10.33206/mjss.1573122

Geliş Tarihi / Received Date: 24.10.2024 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 13.03.2025

[1] Yüksek Lisans – Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, 2350y07001@manas.edu.kg, ORCID: 0009-0007-9712-9917

[2] Doç. Dr. –Uğur Ünal, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İletişim fakültesi, ugur.unal@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0003-0294-0082

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Dünya üzerinde barışçıl bir yaşamın sürdürülebilmesi, insanların yaşamdan zevk alması ve birbirleriyle uyum içinde yaşam geçirmesi için belirli değerlerin var olması gerekmektedir. Değerler insanın hayatını kolaylaştırmakla birlikte toplumsal hayatın düzenlenmesi açısından çok etkili faktörlerden biridir (Akbalık, 2015, s. 16). Değerler, bireyi toplumla bağlayan unsurlar olup, insanın varlığı değerlerin anlamını belirler. İnsan, değerleri anlamlı kılarken, değerler de insana anlam katmaktadır (Dirican, 2013, s. 20). Değer anlayışı hakkında bugüne değin pek çok bilimsel araştırmalar yapılmasına ve felsefi yönden tartışmalar sürdürülmesine karşın değerlerin tam olarak ne içerdiğine ilişkin şimdilik herhangi bir tanımlama bulunmamaktadır. Bazı araştırmacılar değerlerin sübjektif olduğunu ve objektif bir nitelik taşımadığını ileri sürmektedirler (Ulusoy, Dilmaç, 2015, s. 5). Kavramı sosyal bilimcilere ilk olarak kazandıran Znaniechki'ye göre değer kavramı Latincede "kıymetli olmak" veya "güçlü olmak" anlamına gelen "valare" kökünden türetilmiştir (Bilgin'den akt. Ulusoy, 2015, 6). Değer kavramı, birden fazla disiplinle ilişkilidir. Ancak farklı disiplinlerde farklı şekillerde ele alınmasına rağmen ortak bir tanımı bulunmamaktadır. Güngör (1993), değerin, bir şeyin arzu edilebilir veya edilemez olduğu hakkındaki inanç olduğunu ileri sürmüştür. Türk Dil Kurumu'na göre ise değer, *"bir varlığın ruhsal, toplumsal, ahlaksal ya da güzellik yönünden taşıdığı düşünülen yüksek ya da yararlı niteliği"* olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2017).

Her kültürün kendine ait değerleri olduğu gibi uluslararası alanda kabul gören değerlerimiz de vardır. Bahar (2005) evrensel değerleri: demokrasi, yardımseverlik, eşitlik ve adalet olarak sıralamaktadır. Doğan ise (2007, 313-314), bu değerlerin dünyada yaşanan değişimlere paralel olarak zamanla değişebileceğini, yeni evrensel değerlerin oluşabileceğini dile getirir: *"Değişim kültürü mevcut değerler dışında yeni değerlerin de ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Demokrasi, insan hakları, bireyselleşme, rekabet kültürü yeni değişimin dayattığı değerlerdir. Bunlar tüm toplumların benimsediği oranda ise evrensel boyutlar kazanmaktadır"*. Söz konusu olan evrensel değerler toplumların büyük çoğunluğu tarafından kabul görüyor ve toplumu oluşturan bireylerin günlük hayat ölçülerini belirleme gücüne sahiptir (Güzel-Candan ve Ergen, 2014).

Evrensel değerler, toplumlar arasındaki ortak ahlaki ilkeleri ve insanlığın temel etik prensiplerini temsil etmektedir. Ancak bu değerlerin her toplumda aynı anlamı taşımadığı ve farklı kültürel bağlamlar içinde farklı şekillerde yorumlanabildiği bilinmektedir. Hofstede (2001) ve Schwartz (2012) gibi değerler üzerine çalışmalar yürüten araştırmacılar, bireylerin ve toplumların benimsediği değerlerin kültürel, tarihsel ve sosyo-ekonomik faktörlerden etkilenerek şekillendiğini öne sürmektedir. Örneğin, bireysellik vurgusunun yoğun olduğu Batı toplumlarında "özgürlük" değeri daha baskın iken, kolektivist yapının hâkim olduğu Doğu toplumlarında "birlik ve dayanışma" değeri daha ön planda tutulmaktadır (Triandis, 1995). Bu farklılıklar, kültürün bireylerin değer yargılarını, düşünme biçimlerini ve iletişim tarzlarını belirleyen önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Nitekim, farklı kültürel bağlamlarda iletişim stilleri değişiklik göstermekte olup, Edward Hall'un (1987) "Yüksek Bağlam-Düşük Bağlam" kuramı bu farklılıkları açıklamak için kullanılmaktadır. Yüksek bağlamlı kültürlerde iletişim dolaylı ve imalı olurken, düşük bağlamlı kültürlerde açık ve doğrudan bir iletişim tarzı hâkimdir (Hall, 1990). Bu bağlamda, bireylerin içinde yetiştikleri kültürel ortamın onların siyasal ve sosyal algılarını da etkilediği belirtilmektedir (Öztürk, 2021).

Animasyonlar, evrensel değerleri iletmek için güçlü bir medya aracı olarak öne çıkmaktadır. Bandura'nın (1977) sosyal öğrenme kuramına göre, çocuklar izledikleri karakterleri model alarak öğrenme gerçekleştirirler. Bu nedenle animasyonlar, çocukların ahlaki ve sosyal değerleri benimsemesinde önemli bir rol oynamaktadır (Lemish, 2010). Nitekim, yapılan araştırmalar animasyonlarda yer alan karakterlerin çocukların tutum ve davranışları üzerinde uzun vadeli etkiler bırakabileceğini göstermektedir (Calvert & Wilson, 2008). Çizgi filmlerde vurgulanan değerlerin çocuklar üzerindeki etkisini inceleyen bir araştırmada, çocukların şiddet, yardımlaşma ve empati gibi değerlere ilişkin algılarının, izledikleri çizgi filmlerle yakından ilişkili olduğu ortaya konmuştur (Gunter & McAleer, 1997).

Evrensel değerlerin eğitim yoluyla bireylere kazandırılması, kapsayıcı ve barışçıl toplumlar inşa etmenin temel unsurlarından biri olarak görülmektedir. Bu bağlamda, UNESCO "Yaşayan Değerler Eğitimi Programı"nı (Living Values Education Program) geliştirerek, dünya genelinde etik ve ahlaki ilkelerin eğitim sistemlerine entegre edilmesini teşvik etmiştir (UNESCO, 2013). Bu program, 1995 yılında Birleşmiş Milletler'in 50. yıl dönümü kapsamında başlatılmış olup, eğitimin yalnızca akademik bilgiyle sınırlı kalmaması gerektiği, aynı zamanda bireyin etik ve duygusal gelişimini de desteklemesi gerektiği görüşüne dayanmaktadır (Demokrasi İlkokulu, t.y.). Bu çerçevede, UNESCO iş birliği, mutluluk, dürüstlük, alçakgönüllülük, sevgi, barış, saygı, sorumluluk, sadelik, hoşgörü, özgürlük ve birlik/dayanışma olmak üzere 12 temel evrensel değer belirlemiştir (UNESCO, 2013). Bu değerler, eğitim materyallerine dahil edilerek çocukların etik farkındalık

kazanmasını sağlamakta ve farklı kültürler arasında ortak bir ahlaki temel oluşturmayı hedeflemektedir (Ankara Üniversitesi Açık Ders Malzemeleri, t.y.). Ancak, UNESCO'nun bu değerlerinin medya ve çizgi filmler aracılığıyla ne kadar etkili bir şekilde iletildiği tartışmaya açıktır.

Son yüzyılda başlayan ve hâlihazırda da devam etmekte olan bilim ve teknolojideki baş döndürücü gelişme hızı, kendini yaşamın her alanında olduğu gibi filmlerde de göstermektedir. Bu bağlamda televizyon programları arasında özellikle animasyon türü filmlerin çocuklar tarafından daha çok tercih edildiği görülmektedir. Ayrıca internet ve bilgisayarın gelişimi ve yaygınlaşması o filmlerin çocuklar tarafından kolaylıkla ve tekrar tekrar izlenmesini sağladı. Dolayısıyla çocuklar, informal bir öğrenme alanı olarak nitelendirdiğimiz televizyondan en fazla etkilenen grup konumuna konmuştur (Bilici'den akt. Beldağ, 2017, s. 488). Çocuklar gerçek ile kurguyu, doğru ile yanlışı ayıramadıkları için gerçek olmayan birçok unsuru da gerçek zannetmektedirler. Bu durumda izlenen filmlerin çocukların algı ve gelişimleri üzerinde olumlu ve olumsuz birçok etki bırakması kaçınılmazdır (Yağlı'dan akt. Beldağ, 2017, s. 489). Çocukların çocukluk döneminde yaşadıkları deneyimler ve edindikleri temel yönelimler, onların ileriki hayatını da etkilemekte ve bu etki ömür boyu sürmektedir.

Yöntem

Belli bir amaca ulaşmak için, problem olarak zihnimizde kalan konunun çözümlenmiş olması gereklidir. Yöntem ise, herhangi bir problemin çözümünde kullanılması gereken bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Balcı, 2009, 2). Bu sebepten dolayı bir bilimsel çalışmanın amacına ulaşması için her şeyden önce yöntem olgusu gelmektedir. Araştırmanın yöntemi, çalışmanın amaçlarına en uygun şekilde ulaşabilmek için gerekli tekniklerin seçimi ve onların organize edilmesi araştırma yöntemini ifade etmektedir (Karasar, 1994, 75). Bu bölümde araştırma yöntemi başlığı altında çalışmada uygulanacak teknikler araştırma modeli, araştırmada kullanılacak veri toplama aracı, araştırmanın inceleme alanı ve çalışmanın veri analizi kapsamaktadır.

Bu araştırma çizgi filmlerde yer alan evrensel değerler ve bu değerlere ne sıklıkta yer verildiğini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Yapılan çalışma nitel araştırma desende düzenlenmiştir. Nitel araştırma yöntemi; görüşme, gözlem, doküman analizi, olay incelemesi, odak gruplar ve uzman görüşü gibi yöntemleri içerir (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Çalışmanın İnceleme Alanı

UTRK Balastan Çocuk kanalında günlük yayın akışında yayınlanan "Keremet Köç" isimli çizgi filmin çocuklar tarafından YouTube platformunda en çok izlenen 10 bölümün içinden 3 bölüm araştırmanın çalışma grubunu oluşturmaktadır. Keremet Köç'ün Kırgızistanlı yapımcılar tarafından çekilmesi ve bölümlerinin sayısı 600'ü aşarak daha önce çekilmiş tüm animasyon filmleri arasında rekor kırması araştırma alanı olarak seçilmesine neden olmuştur. Ayrıca bu çizgi filmin YouTube platformunda yayınlanmış bazı bölümlerinin 13 milyonu aşkın izleyici toplamış olması ve yayınlandığı dönemden beri çok uzun zaman geçmiş olsa da günümüzde Balastan çocuk kanalında bir kez daha tekrarı gösterilerek gündemini hala kaybetmemesi de temel nedenler arasında yer almaktadır. Çizgi filmin Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF**)** tarafından desteklenerek gerçekleştirilmiş olması, dikkate değer bir unsurdur. Araştırmanın Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından belirlenen 12 evrensel değer üzerinden yürütüldüğü göz önünde bulundurulduğunda, UNICEF tarafından desteklenen bu çizgi filmi incelemek, araştırma açısından mantıklı ve yerinde bir tercih olarak değerlendirilebilir.

Tablo 1. *"Keremet Köç" İsimli Çizgi Filme Ait En Çok İzlenen Bölümler, İzlenme Sayıları ve Bölüm Süreleri*

Bölümün Adı	İzlenme Sayısı	Bölümün Süresi
Çon Enenin Pirojkileri (Büyük Annenin Börekleri)	13 132 650	15'11"
Sıykırduu Cangaktar (Sihirli Cevizler)	5 635 284	12'55"
Kirpiler	4 006 935	14'13"

Analiz edilecek bölümler belirlenirken şu objektif kriterler dikkate alınmıştır:

1. **İzlenme Sayıları:** Çizgi filmin en çok izlenen 3 bölümü analiz kapsamına alınmıştır. İzlenme sayıları resmi yayın platformlarından elde edilen verilerle belirlenmiştir.
2. **İçerik Yoğunluğu:** Bölümlerin UNESCO'nun belirlediği 12 evrensel değerden en az birkaçını barındırması önceliklendirilmiştir.

3. **Evrensel Değer Çeşitliliği:** Seçilen bölümlerin UNESCO'nun evrensel değerlerinden farklı olanlarını içermesi sağlanmıştır. Böylece analiz edilen içeriklerin geniş bir değer yelpazesini temsil etmesi amaçlanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Bu çalışma, nitel araştırma desenlerinden biri olan doküman incelemesi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Okul ve okul öncesi dönem çocukları için hazırlanmış çizgi filmlerin, UNESCO'nun yaşayan değerler listesine göre incelenmesi amacıyla doküman incelemesi yapılmıştır. Doküman incelemesi, çeşitli kaynaklardan bilgi toplanıp, bu verilerin gözden geçirilerek sorgulandığı bilimsel bir araştırma yöntemidir (Sak vd., 2021). Bu yöntem, çoğunlukla yazılı materyallerin yanı sıra fotoğraf, video ve filmler gibi görsel dokümanları da kapsar. Bu tür incelemelere "görsel doküman incelemesi" denir (Yorulmaz ve Tanrıverdi'den akt. Özel ve Küçükkart, 2023, s. 538). Çalışmada, doküman incelemesi tekniği kullanılarak içerik analizi yapılmıştır.

Verilerin Analizi

"Keremet Köç" isimli çizgi filmin içeriğinde UNESCO yaşayan değerler listesine yer verilip verilmediği konusu kapsamında yürütülen bu çalışmada veriler içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. İçerik analizi *"belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği, sistematik ve yenilenebilir bir teknik"* olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, vd. 2016). Veriler tümdengelim yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir ve içeriklerde aranan temalar şunlardır: adalet, dostluk, dürüstlük, özdenetim, sabır, sevgi, sorumluluk, saygı, iş birliği, özgürlük, mutluluk, alçakgönüllülük, barış, vatanseverlik, yardımseverlik, hoşgörü, birlik ve sadeliktir. Araştırmayı yapan araştırmacılar seçilen bölümleri ayrı ayrı izlemiştir ve içerikleri, temaları baz alarak kodlama yapmıştır.

Geçerlik ve Güvenirlik

Nitel araştırmalarda geçerlilik, elde edilen verilerin araştırılan olguyu tüm gerçekliğiyle ve tarafsız bir şekilde yansıtması olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2011). Araştırmacının analiz süreçlerini açıkça tanımlaması ve şeffaf bir şekilde raporlaması, çalışmanın geçerliliğini artıran önemli unsurlardan biridir (Okuyan & Kapçak, 2016). Bu nedenle, bu araştırmada kodlama süreci detaylı bir şekilde açıklanmış ve elde edilen temalar sistematik olarak ele alınmıştır. Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için şu stratejiler uygulanmıştır:

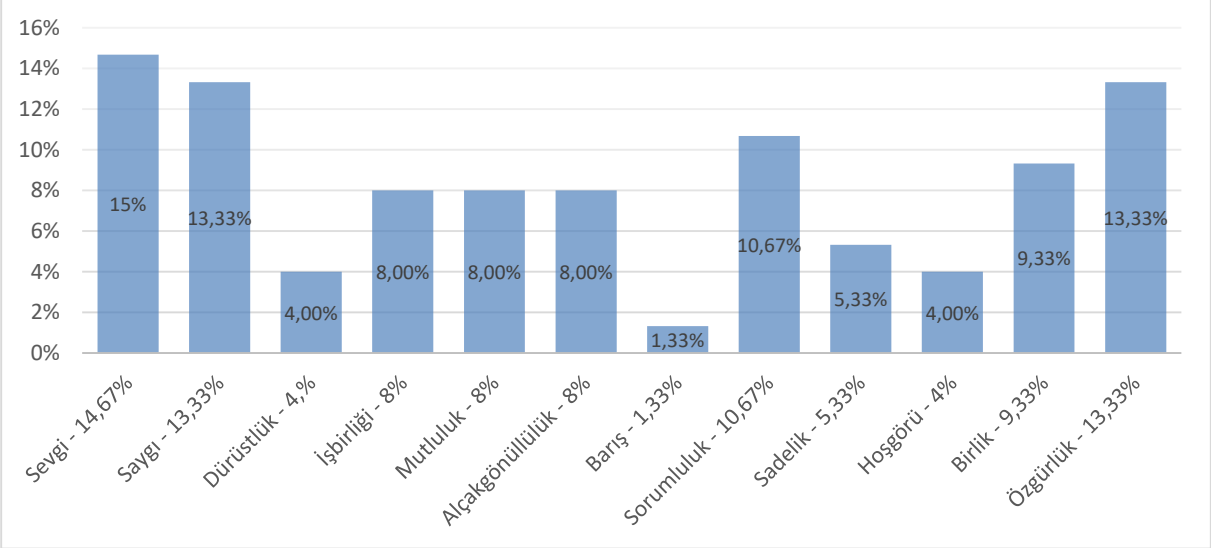
1. Bağımsız Kodlama: İçerik analizinin nesnelliğini artırmak amacıyla iki bağımsız araştırmacı aynı veri seti üzerinde kodlama yapmıştır. Kodlayıcıların tutarlılığını artırmak için analiz öncesinde kodlama kategorileri hakkında ortak bir değerlendirme süreci gerçekleştirilmiştir.

2. Kodlayıcılar Arası Güvenirlik: Kodlayıcılar tarafından yapılan analizlerin tutarlılığı Cohen'in Kappa Katsayısı ile hesaplanmış ve %80'in üzerinde bir uyum oranı elde edilmiştir. Bu oran, nitel içerik analizinde yüksek bir güvenirlik seviyesi olarak kabul edilmektedir (Landis & Koch, 1977).

3. Veri Kontrol Süreci: Her video araştırmacılar tarafından iki kez incelenmiş, belirlenen kodlar ve temalar arasında uyum sağlanmış ve sonuçlar karşılaştırılarak analiz sürecinin güvenilirliği artırılmıştır.

Bulgular

Elde Yürütülen çalışma kapsamında "Keremet Köç" isimli çizgi filmin içeriğinde UNESCO (2013) tarafından belirlenen evrensel değerlere yer verilip verilmediği; verilmiş ise hangi değere ne oranda yer verildiği incelenmiştir. İncelenen bölümler UNISEF Kyrgyzstan YouTube platformunda çocuklar tarafından en çok izlenen 3 bölümü seçilerek analiz edilmiştir. Söz konusu bölümler, izlenme sayıları ve bölüm süreleri tabloda gösterilmiştir. "Keremet Köç" isimli çizgi filminin incelenen 3 bölümünde 11 sevgi, 10 saygı, 3 dürüstlük, 6 işbirliği, 6 mutluluk, 6 alçakgönüllülük, 1 barış, 8 sorumluluk, 4 sadelik, 3 hoşgörü, 7 birlik, 10 özgürlük değeri olmak üzere toplam 75 adet değere yer verildiği saptanmıştır. Bu bağlamda incelendiğinde bölümlerde en çok sevgi, özgürlük ve saygı değerine, en az da barış değerine yer verildiği saptanmıştır. Aşağıdaki **Şekil 1'de** Keremet Köç çizgi filminde örneklem olarak ele aldığımız evrensel değerlerin geçme sıklığı yüzdelik oranla gösterilmiştir. Bir sonraki bölümde ise değerlerin kullanım yerleri açıklanmıştır.



Şekil 1. *Örnekleme alınan çizgi filmdeki değerlerin geçme sıklığı*

3.1.1. Sevgi

İnsanı bir şeye veya bir kimseye karşı yakın ilgi ve bağlılık göstermeye yönelten duyguya sevgi denilmektedir. Sevgi denildiğinde genellikle akla ilk önce, iki karşı cins arasındaki duygusal çekim gelmekteyse de, aslında sevgi, yöneldiği hedefe (sevgiliye duyulan sevgi, Allah sevgisi, vatan sevgisi, ebeveyne duyulan sevgi, çocuğa duyulan sevgi vs.) ve biçimlerine bağlı olarak büyük bir çeşitlilik göstermektedir. Aynı zamanda içine şefkat, yardımlaşma, paylaşma, bağlılık, muhabbet, dostluk, fedakarlık gibi çeşitli değerleri de içermektedir. Sevgi kavramına bağlı araştırdığımız "Keremet Köç" isimli çizgi filmin en çok izlenilen "Sihirli Cevizler", "Teyze'nin Börekleri" ve "Kirpiler" adlı bölümlerinde sevgi değerine 14,67 % (11 kere) yer verilmiştir.

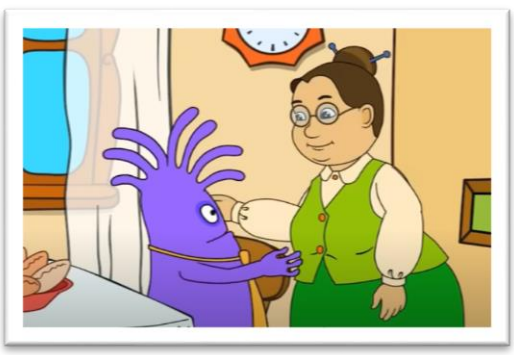
Örnek cümleler ve resimler **Şekil 2.** ve **Şekil 3'de***:*

- Aktan, Akılay ve Takay'ın ağlamakta olan kirpi yavrusunu avutmak için çeşitli tekliflerde bulunması: (Kirpiler)
  A) Takay'ın küçük kirpiyi üzerine bindirerek gezdirmek istemesi (8:21 dakika)
  B) Aktan'ın kalpağını kirpiye giydirmesi (8:28 dakika)
  C) Arkadaşlar hep beraber Kirpi dansı ederek küçük kirpiyi avutmaları (8:50 dakika)

- Asıl Teyze'nin Telibay Yaramaz dahil arkadaşların hepsine börek vermesi. (Teyzenin Cevizleri / 13:28-13:41 dakikalar).

Şekil 2. *Kirpiler / 8:28 dakika*

Şekil 3. *Teyzenin Cevizleri / 13:28 dakika*



3.1.2. Saygı

Saygı bir kimsenin düşüncelerine, sözlerine ve davranışlarına, toplum içindeki itibarına ve inanılırlığına karşı duyulan olumlu bir hisdir. Sözlükte saygı kavramı değeri, üstünlüğü, yaşlılığı, yararlılığı, kutsallığı dolayısıyla bir kimseye ya da birşeye karşı dikkatli, özenli, ölçülü davranmaya neden olan sevgi duygusu, hürmet, ihtiram olarak gösterilmiştir. Bu bağlamda incelenen "Keremet Köç" çizgi filminin yukarıda bahsettiğimiz 3 bölümünde saygı değerine 13, 33 % (10 kere) rastlanmıştır. Onlardan bazıları de **Şekil 4** ve **Şekil 5'te** görüldüğü üzere Aktan'ın kendisiyle aynı yaşta olan Telibay Yaramaz'ı bıyığından dolayı büyük birisi zannederek "nasılsınız" diye saygıyla selamlaması (Sihirli Cevizler / 4:42 dakika) ve Akılay'ın "Arkadaşlar hadi hep beraber Kirpi Ana'ya yardım edelim." demesi (Kirpiler / 3:23 dakika).

Şekil 4. *Sihirli Cevizler / 4:42 dakika*

Şekil 5. *Kirpiler / 3:23 dakika*

3.1.3. Dürüstlük

Dürüstlük TDK sözlüğünde "doğruluk" olarak, diğer sözlüklerde ise "özü sözü bir olma", "olanı olduğu gibi yansıtma", "gerçeği saklamama", "bildiğinden, inandığından ve olduğundan başka türlü görünmeye veya göstermeye çalışmama" olarak tanımlanır. Eski Türkçedeki karşılığı samimiyettir. İncelemekte olduğumuz çizgi filmin 3 bölümünde 4 % (3 kere) bu değerle karşılaşıyoruz. Telibay Yaramaz'ın çok sert davranmasına rağmen Yol Rehberi'nin ona Asıl Teyze'nin evine götürecek yolu göstermesi, yani gerçeği söylemesi **(Şekil 6)** ve Aktan'ın sihirli cevizler yüzünden gerçekleşmiş tüm kötü olaylardan sonra suçlu olmasına rağmen arkadaşları Akılay ve Takay'a tüm gerçeği anlatarak hatasını itiraf etmesi **(Şekil 7)** dürüstlük değerine değinilen noktalardır.

Şekil 6. *Teyzenin Börekleri / 6:00 dakika*

Şekil 7. *Sihirli Cevizler / 10:30 dakika*

3.1.4. İşbirliği

İşbirliği kelimesi, amaçları aynı olan kişilerin bu amaç doğrultusunda birlikte eylemlerini gerçekleştirmeleri olarak ifade edilebilir. Türk Dil Kurumuna göre ise işbirliği kelimesi, erekleri ve çıkarları bir olanların bu yolda çalışmalarını birleştirmeleri durumu olarak tanımlanmaktadır. Çizgi filmde işbirliği değerine 8 % yer (6 kere) verilmiştir. "Keremet Köç" Çizgi Filmi'nin "Teyzenin Börekleri" isimli bölümünde arkadaşlar Asıl Teyze'ye giderken Telibay Yaramaz'ın avludan bilerek çıkardığı koyunları işbirliği yaparak tekrar avluya getirmeleri bunun en güzel örneğidir **(Şekil 8).**

Şekil 8. *Teyzenin Börekleri / 10:00 dakika*

Bunun dışında kirpi yavrusunu aramaya giderken beraber yola çıkmak için Aktan ve Akılay'ın en yakın arkadaşı Takay'a gelmesini de işbirliği değerine örnek olarak gösterebiliriz. (Kirpiler / 3:48 dakika). Bir de yukarıda saygı değerine örnek olarak gösterdiğimiz Telibay Yaramaz'ın çamura attığı Yol Rehberi'ni arkadaşların işbirliği yaparak yerine koydukları sahne de bu değer için de geçerlidir. (Teyzenin Cevizleri / 6:00-7:20 dakikalar).

3.1.5. Mutluluk

Mutluluk, soyut bir kavram olduğu için birçok farklı tanımı vardır. En genel tabiriyle mutluluk, bireyin hayatında istediklerini elde etmesi, başarıyı yakalaması ve sevdikleriyle birlikte olması demektir. Saadet ve erinç sözcükleriyle eş anlamlı olan bu kelime, kullanıldığı yere göre farklı anlamlara gelir. TDK'ya göre mutluluk, kişinin herhangi bir şeyin eksikliğini hissetmemesi ve arzuladığı şeylere sahip olması demektir. Mutluluk değerine "Keremet Köç" Çizgi Filmi içerisinde 3 bölümde 8 % (6 kere) yer verildiği görülmüştür.

Örnek cümleler ve resimler:

- Aktan ve Akılay elleri ile dürbün yaparak, sanki gerçek dürbün ile bakıyorlarmış gibi Takay'ı aramaları ve bundan mutluluk duymaları. (Teyzenin Börekleri / 2:05 dakika).
- Aktan'ın tatlılar ve oyuncuklar için sevinerek mutlu olması. (Sihirli Cevizler / 7:27 dakika).

Şekil 9. *Teyzenin Börekleri / 2:05 dakika*

Şekil 10. *Sihirli Cevizler / 7:27 dakika*

3.1.6. Alçakgönüllülük

TDK'ye göre alçak gönüllü kelimesi ise şu anlama gelmektedir: Kendi değerini olduğundan aşağı gösteren, başkalarını küçük görmeyen, büyüklenmeyen (kimse), engin gönüllü, mütevazı, tevazulu. Bu bağlamda incelenen bölümlerin 3'ünde 8% (6 adet) alçakgönüllülük değerine yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Onların ilk örneği "Teyzenin Börekleri" isimli bölümünde Arkadaşlar'ın Telibay Yaramaz'ı affederek ona ellerini yıkamasına yardım etmeleri ve kendileriyle beraber börek yemesine izin vermeleri **(**Teyzenin Börekleri / 13:28 dakika**)**. İkinci örnek de Yol Rehberinin, arkadaşların yardımı için teşekkür ederek, onlara Asıl Teyze'nin evine götürecek kısa yolu göstermesi ve iyiliği geri ödemesi. (Teyzenin Börekleri / 9:10 dakika).

Şekil 11. *Teyzenin Börekleri / 13:28 dakika*

Şekil 12. *Teyzenin Börekleri / 9:10 dakika*

3.1.7. Barış

Barış kelimesi genel anlamda düşmanlığın olmaması anlamında kabul görülür. Başka bir anlatımla kötülükten, kavgalardan, savaşlardan kurtuluş, uyum, birlik, bütünlük, sükûnet, sessizlik, huzur içinde yaşamak olarak da tanımlanabilir. İncelediğimiz 3 bölümde bu değere 1,33 % (1 kere) yer rastlanmıştır. O da yukarıda alçakgönüllülük olarak tanımladığımız sahnedir. Yani Arkadaşlar'ın Telibay Yaramaz'ı affederek ona ellerini yıkamasına yardım ettikleri ve kendileriyle beraber börek yemesine izin verdikleri sahne aynı zamanda barış değerini içermektedir **(Şekil 13).**

Şekil 13. *Teyzenin Börekleri / 13:28 dakika*

3.1.8. Sorumluluk

Sorumluluk, kısa tanımıyla yapılması gereken görev olarak tanımlanmaktadır. Yani birisinin yapması gereken davranış o kişinin sorumluluğu anlamına gelmektedir. Bazı durumlarda ise kişi herhangi bir olay karşısında sorumlu olmasa da üzerine sorumluluk alabilir. TDK'ya göre sorumluluk; kişinin kendi davranışlarını veya yetki alanına giren herhangi bir durumun sonuçlarını üstlenmesi anlamına gelmektedir. Çizgi filmde bahsettiğimiz değere 10,67 % (8 adet) yer verildiği görülmüştür.

Örnek cümleler ve resimler:

- Aktan: "Teyze gözlüğünü düşürdü. Götürmek lazım." (Sihirli Cevizler / 2:26 dakika)
- Aktan: Ben Trafik kurallarını biliyorum. Ben onları öğrenmiştim. (Sihirli Cevizler / 5:53 dakika)

Şekil 14. *Sihirli Cevizler / 2:26 dakika*

Şekil 15. *Sihirli Cevizler / 5:53 dakika*

- Takay: "Neden hala duruyorsunuz burada? Kirpi yavrusu kaybolmuş, siz ise acele etmiyorsunuz hiç. Çabuk bulmamız lazım onu!" (Kirpiler / 4:01 dakika)
- Akilay: "Biz de evimize dönelim artık. Yoksa ebeveynlerimiz endişelenirler" (Kirpiler / 12:57 dakika).

3.1.9. Sadelik

Sadelik, yalınlık anlamına gelmektedir. Bir başka deyişle abartı olmayan ve karmaşadan uzak olan demektir. Ayrıca kalabalık olmama, yalın olma durumu olarak da açıklanmaktadır. Bu bağlamda incelenen bölümlerin 3'ünde 5,33 % (4 adet) sadelik değerine yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Çizgi filme bakılırsa sadeliğin en güzel örneği Aktan'ın annesinin Aktan ve Akılay'ın isteğini reddetmeden onlarla beraber saklambaç oynadığı sahnedir (*Kirpiler / 2:08 dakika, Şekil 16*)**.** Bunun yanı sıra yukarıda birçok değere örnek olarak gösterdiğimiz arkadaşların Telibay Yaramaz'ı affederek ona ellerini yıkamasına yardım ettikleri ve kendileriyle beraber börek yemesine izin verdikleri sahneyi bu değere de dahil edebiliriz. *(Teyzenin Börekleri / 13:oo dakika, Şekil 17).*

Şekil 16. *Kirpiler / 2:08 dakika*

Şekil 17. *Teyzenin Börekleri / 13:oo dakika*

3.1.10. Hoşgörü

TDK'ye göre, hoşgörü kelimesi anlamı şu şekildedir: Her şeyi anlayışla karşılayarak olabildiği kadar hoş görme durumu, müsamaha, tolerans. "Keremet Köç" çizgi filminin yukarıda bahsettiğimiz 3 bölümünde hoşgörü değerine 4% (3 kere) rastlandığı sonucuna varılmıştır. Çizgi filmin "Kirpiler" isimli bölümünde kaybolmuş olan küçük kirpi evine dönüyor. Annesine artık evden uzaklaşmayacağını söyleyip özür diliyor. Annesi de çocuğuna kızmıyor ve onu eve getiren arkadaşlara teşekkür ediyor **(Şekil 18).** İkinci örnek de "Teyzenin Cevizleri" isimli bölümünde arkadaşlar Telibay Yaramaz'ın yaptığı onca kötülüğe rağmen onu affederek ellerini yıkamasına yardım etmeleri ve kendileriyle beraber börek yemesine izin vermeleri. *(Teyzenin Börekleri / 12:57 dakika,* **Şekil 19**).

Şekil 18. *Kirpiler / 12:29 dakika*

Şekil 19. *Teyzenin Börekleri / 12:57 dakika*

3.1.11. Birlik

TDK'ye göre birlik kelimesi anlamı şu şekildedir: Tek, bir olma durumu, vahdaniyet, bağlılık, benzerlik, belli bir topluluğun yararlarını korumak, bir taneden oluşmuş, bir bütün sayılan topluluk, konunun bir ana düşünce çevresinde toplanması, bölünmezliği içeren yalın bütünlük. "Keremet Köç" çizgi filminin yukarıda bahsettiğimiz 3 bölümünde birlik değerine 9,33 % (7 adet) yer verildiği görülmüştür.

Örnek cümle ve resim:

- Akılay: Aktan dur biraz. Takay'ı unutmuşuz. Beraber gidelim.
  Aktan: Aynen! Takay seyahat etmeyi çok seviyor. (Teyzenin Börekleri/ 1:52)

Şekil 20. *Teyzenin Börekleri / 1:52 dakika*

3.1.12. Özgürlük

Türk Dil Kurumu'na göre "özgürlük" şöyle tanımlanmıştır: Herhangi bir koşulla sınırlanmama ya da zorlamaya ve kısıtlamaya bağlı olmaksızın düşünme ve davranmadır. İnsanın, her türlü dış etkiden bağımsız olarak kendi istencine ve kendi düşüncesine göre karar vermesi durumudur. "Keremet Köç" çizgi filminin yukarıda bahsettiğimiz 3 bölümünde özgürlük değerine 13,33% (10 kere) rastlandığı sonucuna varılmıştır.

Aktan ve Akılay, büyükannelerini ziyaret ederek piroşki yemek için herhangi birinden izin almaksızın, kendi iradeleriyle karar alarak yola çıkarlar (*Teyzenin Börekleri / 1:30-1:47).* Yolculuk esnasında Aktan, Akılay ve Takay, bireysel damak tatlarına dair bir tartışma gerçekleştirirler. Her birey, kişisel tercihlerini özgürce dile getirir. Örneğin, Takay saman içeren piroşkinin en lezzetli olduğunu belirtirken, Aktan lahana dolgulu olanı, Akılay ise patatesli piroşkiyi tercih ettiğini ifade eder (*Teyzenin Börekleri / 4:40-5:03).* Bireylerin içsel arzularını çekinmeksizin dile getirmesi, özgürlük kavramının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Devamında, Şiş Tumsuk'u çamurdan inşa eden ve ellerini kirleten çocuklar, ellerini temizlemek için gerekli malzemeler üzerine bir tartışma yürütürler. Yapılan istişare sonucunda sabun, su ve havlunun el temizliği için zorunlu olduğu konusunda uzlaşmaya varırlar. Bu durum, bireylerin bağımsız düşünme ve akıl yürütme yetilerini sergilediklerinin bir kanıtı olarak değerlendirilebilir *(Teyzenin Börekleri / 7:20-8:10).*

Son olarak, Telibay Tenteğin elleri kirli olduğu için eve girişine izin verilmemesi riski ortaya çıktığında, Aktan ve Akılay hızla bir çözüm yolu arayarak izleyicilerle fikir alışverişinde bulunur ve Telibay'a yardım etme yönünde ortak bir karar alırlar. Böylece, yaramazlık yapmasına rağmen Telibay'ın da piroşki yiyebilmesi sağlanır. Büyükannenin "sadece elleri temiz olanlar piroşki yiyebilir" yönündeki pedagojik kuralına rağmen,

Aktan ve Akılay, yaratıcı ve çözüm odaklı bir yaklaşım sergileyerek alternatif bir yol üretirler. Bu durum, bireylerin özgür iradeleriyle karar alma becerilerini ortaya koymaları açısından anlamlı bir örnek teşkil etmektedir *(Teyzenin Börekleri / 12:00-13:25)*.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Yürütülen araştırmada Balastan çocuk kanalında yayınlanan "Keremet Köç" çizgi filmin UNESCO (2013) tarafından belirlenen evrensel değerlere yer verilip verilmediği araştırılmıştır. Çizgi filmde sevgi, saygı, dürüstlük, işbirliği, mutluluk, alçakgönüllülük, barış, sorumluluk, sadelik, hoşgörü, birlik ve özgürlük değerinin varlığı incelenmiştir. Araştırma için Balastan çocuk kanalında hâlen yayınlanmakta olan "Keremet Köç" isimli çizgi filmin YouTube platformundan en çok izlenen 3 bölümü incelenmek üzere ele alınmıştır. İncelenen çizgi filmin bölüm içeriğinde kayda değer bir şekilde araştırılan değerlere yer verildiği gözlenmiştir. "Keremet Köç"un en çok izlenen 3 bölümünde toplam 75 adet değere yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır.

"Keremet Köç"e ait bölümlerde en çok sevgi, özgürlük ve saygı değerine yer verildiği görülürken, en az barış değerine yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Kaymak ve Öğretir Özçelik (2020), "Evrensel Değerler Üzerine Bir İnceleme: "Vikingler Çizgi Filmi Örneği" adlı çalışmalarında, 5-6 yaşlarındaki 300 çocuğa, televizyonda izlemeyi en çok tercih ettikleri çizgi film sormuş ve cevapları kayıt altına almışlardır. Ardından, çocukların büyük bir kısmı tarafından tercih edildiği belirlenen Vikingler çizgi filmi, UNESCO'nun Evrensel Değerler Listesi'ne göre incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, söz konusu çizgi filmde sıklıkla yer verilen değerler sevgi, mutluluk, saygı ve iş birliği olmuş, en az yer verilen değerler ise barış, birlik ve özgürlük olmuştur. Bu bulgular ışığında, "Keremet Köç" ve "Vikingler" çizgi filmlerinde tespit edilen en çok ve en az sıklıkta işlenen evrensel değerlerin benzerlik gösterdiği sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlar, her iki çizgi filmin de benzer evrensel değerleri vurguladığını ortaya koymaktadır. Kaymak ve Öğretir Özçelik (2020) tarafından yapılan araştırma, hem yerli hem de yabancı yapımların çocuklara evrensel değerleri aktarırken benzer bir yaklaşım sergilediğini göstermektedir. Özellikle sevgi, saygı ve özgürlük gibi temel değerlerin her iki çizgi filmde de öne çıkması, bu yapımların çocukların ahlaki ve toplumsal değerler eğitiminde önemli bir araç oluşturduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, *Keremet Köç* ve *Vikingler* arasındaki evrensel değerler perspektifinden yapılan karşılaştırmalar, animasyonların çocukların değerler dünyasına nasıl katkı sağladığını ve hangi kültürel bağlamlarda bu değerlerin nasıl şekillendiğini anlamamız açısından kıymetli bir veri sunmaktadır.

Ayrıca Şener Şentürk ve Ayfer Keskin (2019) tarafından yapılan çalışmada, *Rafadan Tayfa* çizgi filmi milli ve evrensel değerler açısından incelenmiştir. Araştırma bulguları, evrensel değerlere ilişkin görsellerin milli değerlere göre iki kat daha fazla yer aldığını göstermektedir. Milli değerlere gelenekler, kültürel miras, bayramlar; evrensel değerlere ise yardımseverlik, sevgi, saygı ve dostluk ön plana çıkmıştır. Sonuç olarak, *Rafadan Tayfa*, milli ve evrensel değerlerin aktarımında önemli bir rol oynamaktadır. Benzer şekilde, *Keremet Köç* çizgi filmi de evrensel değerlerin aktarımında önemli bir yer tutmaktadır. Hem *Keremet Köç* hem de *Rafadan Tayfa*, çocuklara evrensel değerleri öğretirken kültürel miras ve gelenekleri de yansıtarak toplumların ortak değerlerini aktarmaktadır. Bu bağlamda her iki çizgi film, değerlerin üretimi ve aktarımında etkili bir rol oynamaktadır.

"Keremet Köç" çizgi filminde Aktan ve Akılay isimli köylü çocukların ve onların en yakın arkadaşı olan Takay'ın (bu arada Takay bir eşek yavrusudur yani kutuktur) günlük yaşamda karşımıza çıkan çeşitli sorunlara karşı ahlaksal, bilimsel ve geleneksel açıdan doğru olarak değerlendirilen çözümler sunması dizinin ana konusunu oluşturur. Bu yolda onların anne ve babalarının, büyük annesinin ve diğer arkadaşlarının da yardıma gelmesi dizinin ana konusunu daha da güçlendirir. Bu bağlamda düşünüldüğünde en çok sevgi, özgürlük ve saygı değerine ulaşılması beklenen bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüz medya ortamında çocuklar, izledikleri çizgi filmler aracılığıyla belirli değerlerin vurgulanmasına ve bu değerlere daha fazla önem verilmesine sıkça rastlamaktadırlar. Çizgi filmler, erken yaşlardaki bireylerin bilişsel, duygusal ve sosyal gelişiminde önemli bir rol oynayan kültürel araçlar arasında yer almakta olup, bu nedenle içeriklerinde ahlaki, etik ve kültürel değerlerin bilinçli bir şekilde işlenmesi büyük bir öneme sahiptir.

Çocuklar tarafından en çok tercih edilen çizgi filmlerin, yukarıda bahsedilen değerlere yeterli derecede yer vermesi gereklidir. Çizgi filmler yalnızca eğlence amaçlı görseller sunan bir medya ürünü olarak değerlendirilmemeli, aynı zamanda pedagojik ve kültürel aktarım işlevi gören yapılar olarak ele alınmalıdır. Bu bağlamda, yapımcılar ve medya kuruluşları, içerik üretim süreçlerinde çocukların gelişimsel gereksinimlerini ve toplumsal değerleri göz önünde bulundurmalıdır.

Öte yandan, ailelerin çocuklarının medya kullanım alışkanlıklarını kontrol etmeleri büyük bir gerekliliktir. Çocukların ne tür içeriklere maruz kaldığı, bu içeriklerin sunduğu mesajların niteliği ve izleme süreleri ebeveynler tarafından bilinçli bir şekilde denetlenmelidir. Çizgi filmler, kültürel mirasın ve toplumsal normların aktarılmasında güçlü bir araç olmasına rağmen, çocukların ekranlara aşırı maruz kalması, bilişsel ve psiko-sosyal gelişimleri açısından olumsuz sonuçlar doğurabilir. Bu nedenle, izleme süreleri belirli bir denge içerisinde tutulmalı ve çocukların medya okuryazarlığı geliştirmesine yönelik bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır.

Bu sürecin sağlıklı bir şekilde yönetilebilmesi için aileler, eğitimciler ve medya yapımcıları arasındaki iş birliğinin güçlendirilmesi elzemdir. Ailelerin çocuklarının medya tüketim alışkanlıklarına yönelik farkındalık kazanmaları, eğitimcilerin medya içeriklerinin eğitsel boyutlarını analiz edebilmeleri ve yapımcıların pedagojik unsurları göz önünde bulundurarak içerik üretmeleri, çocukların karşılaştıkları içeriklerin daha nitelikli olmasını sağlayacaktır. Dolayısıyla, çocukların izlediği çizgi filmlerin yalnızca eğlence odaklı değil, aynı zamanda bilişsel ve ahlaki gelişimlerine katkıda bulunacak nitelikte olması, toplumsal açıdan daha bilinçli ve değer temelli bireylerin yetişmesine zemin hazırlayacaktır.

Etik Beyan

"*Keremet Köç Çizgi Filminin UNESCO Evrensel Değerler Perspektifinden İncelenmesi*" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Bu araştırma doküman incelemesine dayalı olarak yapıldığından etik kurul kararı zorunluluğu bulunmamaktadır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Analysis of the Keremet Köç Animated Series from the Perspective of UNESCO Universal Values*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. Since this research is based on document review, there is no requirement for an ethics committee decision.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Statement of Contribution Rate of Researchers

The contribution rates of the authors in the study are equal.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Acıbayev, D., Düyşekeev, K., & Çorobek, A. (2022). *Жаш балдардын инсандык калыптануусундагы мультфильмдердин ролу жөнүндө* [The role of cartoons in the personality development of young children]. С. Нааматов атындагы Нарын мамлекеттик университети, 8, 94-97.

Akbalık, H. (2015). *Değerler eğitimi bağlamında Hacı Bektaş-i Veli'nin eserlerinde yer alan eğitsel unsurlar* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.

Ankara Üniversitesi Açık Ders Malzemeleri. (t.y.). *Karakter ve Değer Eğitimi: Değerlerin Sınıflandırılması*. Erişim adresi: https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=109078

Bahar, H. İ. (2005). *Sosyoloji*. Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu (USAK) Yayınları.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall.

Beldağ, A., & Yarar Kaptan, S. (2017). Arabalar filminin içerdiği değerlere ilişkin bir inceleme. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(2), 488-499.

Brannon, D. (2008). Character education—a joint responsibility. *Kappa Delta Pi Record*, 44(1), 62-65.

Büyüköztürk, Ş. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi Yayınları.

Calvert, S. L., & Wilson, B. J. (2008). *The Handbook of Children, Media, and Development*. Blackwell Publishing.

Cengiz, Ş., & Duran, E. (2017). Okul öncesi dönemine ait hikâye ve masallardaki değerlerin incelenmesi. *Türk Eğitim Derneği*, 42(191).

Demokrasi İlkokulu. (t.y.). *Değerler Eğitimi*. Erişim adresi: https://demokrasi.meb.k12.tr/icerikler/degerler-egitimi_11975149.html
Dirican, R. (2013). *3-6 yaş grubu çocuklarına yönelik yayımlanan resimli hikâye kitaplarının bazı temel değerler açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
Gunter, B., & McAleer, J. L. (1997). *Children and Television: The One-Eyed Monster?* Routledge.
Güzel-Candan, D., & Ergen, G. (2014). 3. sınıf hayat bilgisi ders kitaplarının temel evrensel değerleri içermesi bakımından incelenmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 134-161.
Güngör, E. (1993). *Değerler psikolojisi*. Hollanda Türk Akademisyenler Birliği Vakfı Yayınları.
Hall, E. T. (1987). *Beyond Culture*. Anchor Books.
Hall, E. T. (1990). *Understanding Cultural Differences*. Intercultural Press.
Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Sage Publications.
Kadan, G., & Aral, N. (2017). Evrensel değerlerin çizgi filmler açısından incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(6), 104-117.
Kaymak, N., & Öğretir Özçelik, A. D. (2020). Evrensel değerler üzerine bir inceleme: Vikingler çizgi filmi örneği. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 41.
Kaymak, N. (2020). *Yerli ve yabancı çizgi filmlerin evrensel değerler bakımından incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Anabilim Dalı.
Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics, 33*(1), 159-174. https://doi.org/10.2307/2529310
Lemish, D. (2010). *Screening Gender on Children's Television: The Views of Producers Around the World*. Routledge.
Satılganova, B. (2010, Şubat 19). *Бөбөктөр үчүн «Кереметкөч»* [Children's beloved "Wonderful Road"]. Super İnfo. https://www.super.kg/article/show/3637
Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç., & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-250.
Şentürk, Ş., & Keskin, A. (2019). *Rafadan Tayfa çizgi filminin milli ve evrensel değerler açısından değerlendirilmesi*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(Özel Sayı), 1-?. https://doi.org/10.17494/ogusbd
Şerif, M. (1995). *Sosyal kuralların psikolojisi*. Alan Yayıncılık.
Türk Dil Kurumu (TDK). (2017). *Ahlak*. Güncel Türkçe Sözlük. Retrieved January 15, 2018, from http://www.tdk.gov.tr/
Ulusoy, K., & Dilmaç, B. (2015). *Değerler eğitimi*. Pegem A Yayıncılık.
UNESCO. (2013). *Intercultural competences: Conceptual and operational framework*. UNESCO Publishing.
Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. baskı). Seçkin Yayıncılık.
Okuyan, F., Kapçak, B. C., & Sarpkaya, P. Y. (2016). Nitel araştırmada geçerlik ve güvenirlik. *Adnan Menderes Üniversitesi, 12*. https://eytepe.com/2017/10/22/nitel-arastirmalardagecerlik-ve-guvenirlik/. Erişim tarihi: 27 Nisan 2022.
Özel, Ö., & Küçükkart, Z. (2023). TRT çocuk kanalındaki çizgi filmlerin değerler eğitimi açısından incelenmesi: "Akıllı Tavşan Momo" ve "Pırıl" örneği. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36(2).
Öztürk, M. (2021). *Kültür ve İletişim: Kavramsal ve Kuramsal Yaklaşımlar*. Alfa Yayınları.
Schwartz, S. H. (2012). *An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values*. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1).
Triandis, H. C. (1995). *Individualism & Collectivism*. Westview Press.

EXTENDED ABSTRACT

Understanding the values upheld by individuals and groups offers profound insights into their behavioral tendencies and attitudes. A value, as defined in scholarly discourse, refers to a desirable or beneficial quality that an entity possesses, whether in spiritual, social, moral, or aesthetic terms. Moreover, values are pivotal in shaping the cognitive and emotional development of children, influencing their behaviors throughout various stages of growth. In this context, it becomes imperative to examine the values conveyed through animated cartoons, as they are among the most widely consumed media content by children. Television, as a primary medium, has been recognized as an influential tool in value education. Over the past several years, animated television programs have risen in popularity, particularly among younger audiences, positioning these productions as significant vehicles for value transmission. This study aims to systematically identify and analyze the universal values represented in animated cartoons, with a particular focus on the *Keremet Köç* animated series. This series, targeted at preschool-aged children, serves as the subject of analysis, utilizing the framework of UNESCO's Living Values Education Program, which outlines twelve core universal values: cooperation, happiness, honesty, humility, love, peace, respect, responsibility, simplicity, tolerance, freedom, and unity. The study seeks to determine the frequency of occurrence of these values in the *Keremet Köç* series, based on an analysis of three selected episodes, chosen for their high viewership among children. The qualitative content analysis reveals that a total of 75 instances of values were identified across the three selected episodes. The findings indicate that the most frequently represented values were love (11

occurrences), freedom (10 occurrences), and respect (10 occurrences). Conversely, peace emerged as the least represented value, with only a single occurrence in the episodes analyzed. Other values included responsibility (8 occurrences), unity/solidarity (7 occurrences), cooperation (6 occurrences), happiness (6 occurrences), humility (6 occurrences), simplicity (4 occurrences), tolerance (3 occurrences), and honesty (3 occurrences). These results suggest that certain values, particularly love and respect, are more prominently emphasized in the series, reflecting their significant role in the moral and social development of children. On the other hand, the minimal representation of peace raises concerns about the comprehensiveness of the value transmission within the series. Such omissions may reflect cultural preferences, the targeted developmental stage of the audience, or the production's specific intent. Additionally, the absence of freedom as a represented value warrants further inquiry, as it suggests a potential gap in the series' approach to portraying the full spectrum of universal values. The findings highlight that *Keremet Köç* emphasizes values such as love and respect, which play a pivotal role in shaping the moral framework of children. However, the study also underscores the need for broader representation of values such as peace and freedom, which are essential in fostering a more holistic moral education. Given the substantial influence of media on children's value development, it is crucial for content creators to adopt a balanced representation of universal values to ensure that animated productions serve as comprehensive educational tools. Furthermore, the findings suggest that parents and educators must remain vigilant regarding the media content consumed by children, as it significantly contributes to informal learning and value formation. This study contributes to the growing body of literature concerning the role of media in values education, offering insights into how animated content can better align with global educational goals and facilitate the promotion of universal values. The study suggests areas for future research, particularly in understanding how animated films can be further utilized as tools for values education, with a focus on the inclusion of peace and freedom in educational content for young audiences.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Türk Basını Bağlamında Gazete ve Dil İlişkisi

Fırat YOLCU[1]

Öz

İlk dönemlerinde diğer bilim dallarının kuramsal alt yapısından beslenerek gelişen iletişim çalışmaları psikoloji, antropoloji, sosyoloji, siyaset biliminin yanında dilbilimden de faydalanmıştır. Doğası gereği disiplinler arası bir alana karşılık gelen iletişim çalışmalarında, kitle iletişim araçları işlevini yerine getirirken dilin imkânlarından faydalanmakta aynı zamanda dili de kendine özgü bir kullanımla yeniden biçimlendirmektedir. Dilbilimin temel inceleme alanı olan dil konusu, kitle iletişim araçlarındaki kullanımı yönüyle iletişim bilimleri için de önemli bir çalışma alanıdır. Alan yazın incelendiğinde basın dili kavramı ile Türk basın dilinin tarihsel gelişiminin bütün yönleriyle açık bir şekilde tartışılmadığı görülmektedir. Bu çalışma, yazılı basın metinlerinin sahip olduğu dil özelliklerini kuramsal ve tarihsel bir bakış açısıyla Türk yazılı basını bağlamında betimlemeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle betimsel analiz ile doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada yazılı basında yer alan haber yazıları ve diğer metin türlerinin dil özellikleri ile Osmanlı İmparatorluğu'ndan Cumhuriyet'e uzanan süreçte bu dilin dönemsel değişimleri üzerinde durularak basın dili üzerine kavramsal bir tartışma yapılmaktadır. Türk nesrinin ortaya çıkması Tanzimat'la başlayan gazetecilik faaliyetleriyle şekillenmiş, özellikle Şinasi bu dönemde basın dilinin gelişimine önemli katkılar sunmuştur. Türk basın dili Cumhuriyet dönemiyle birlikte önemli bir gelişme göstermiş ve bu özgün gelişim 1970'lere kadar devam etmiştir. 1970'lerden sonra dil ve anlatım özellikleri dilbilimsel ve edebi olarak önceki dönemlerdeki ilerlemenin gerisinde kalmıştır. 2000'li yıllarla birlikte internet ve dijitalleşmenin etkisiyle yeni medya araçlarının yaygınlaşması, zaman ve mekâna bağlı olarak toplumsal etkileşim pratiklerinin değişmesi gibi nedenler basın dilinde de yeni etkileşim, anlatım ve biçim özelliklerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gazete, dil, basın dili ve değişimler

The Relationship Between Newspapers and Language in The Context of Turkish Press

Abstract

Communication studies, which developed in its early stages by drawing on the theoretical foundations of other scientific fields, has benefited not only from psychology, anthropology, sociology, and political science but also from linguistics. In communication studies, which by nature correspond to an interdisciplinary field, mass media benefit from the possibilities of language while performing their functions and at the same time reshape the language with a unique use. Language, which is the main field of study in linguistics, is also an important field of study for communication sciences due to its use in mass media. When the literature is examined, it is seen that the concept of press language and the historical development of the Turkish press language have not been discussed clearly in all its aspects. This study aims to describe the language features of print media texts from a theoretical and historical perspective in the context of Turkish print media. For this reason, descriptive analysis and document review method were used. In this research, a conceptual discussion is made on the language of the press by focusing on the language features of news articles and other text types in the written press and the periodic changes of this language from the Ottoman Empire to the Republic. The emergence of Turkish prose was shaped by the journalistic activities that began with the Tanzimat, and Şinasi in particular made significant contributions to the development of the press language during this period. The Turkish press language showed significant development with the Republican era, and this unique development continued until the 1970s. After the 1970s, the language and expression features lagged behind the progress in previous periods in terms of linguistics and literature. The proliferation of new media tools due to the influence of the internet and digitalization in the 2000s and the change in social interaction practices depending on time and space have led to the emergence of new interaction, expression and form features in the press language.

Keywords: Newspaper, language, press language and changes

Atıf İçin / Please Cite As:

Yolcu, F. (2025). Türk basını bağlamında gazete ve dil ilişkisi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1084-1100. doi:10.33206/mjss.1614063

Geliş Tarihi / Received Date: 06.01.2024 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 23.03.2024

[1] Dr. Öğr. Üyesi – Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi, firatyolcu@cumhuriyet.edu.tr,

ORCID: 0000-0003-2408-7502

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Yeryüzünde yaşayan türlerin bir arada yaşayabilmelerinin en önemli gereklerinden biri, bir başka deyişle birlikte yaşayabilmenin ön koşulu olarak, bildirişmeyi, haberleşmeyi sayabiliriz (Aksan, 1998, s. 42). İnsanlığın varoluşundan günümüze değin çevresinde gerçekleşen olay, olgu ve durumlara yönelik haber edinme gereksinimi bir sosyal ihtiyaç olarak var olmuştur. Mağaralar üzerine kazınan resimlerle somutlaşan bu süreç yazının icadı ve daha sonra matbaanın kullanımıyla önemli değişimlere uğramış, telgrafla başlayan elektronik çağ kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve ağ tabanlı dijitalleşmeyle günümüzdeki biçimine dönüşmüştür. Bütün bu değişimler insanlık tarihiyle ilgili ilişkileri, olguları ve araçları da değiştirmiştir.

Marshall McLuhan'ın her iletişim aracının kendine özgü bir dili ve eğilimi olduğunu belirterek kitle iletişim araçlarının mesajları ileten bir kanal olmaktan öte doğrudan mesajın içeriğini belirleyen bir özelliğe sahip olduğunu ifade etmesi (Özçetin, 2018, s. 246), bu araçların değişiminin meydana getirdiği yeniliklere odaklanması bakımından oldukça önemlidir. Sözgelimi bir haberin gazetede, radyoda ya da sosyal ağlar üzerinden yayımlanması hem mesajı hem de uygulamaları farklılaştırmaktadır. Dil de bu farklılaşmadan müstesna değildir. Basın icra ettiği eyleme özgü bir dile sahip olmasından dolayı kendi araç ve pratiklerinde gerçekleşen değişimlerin, kullandığı dili de etkilemesi ve dönüştürmesi olağan bir durum olarak kabul edilebilir.

Bireyler, diğer bireylerle iletişim kurabilmek ve yaşamlarını devam ettirebilmek için, içinde yaşadıkları toplum ve kültürel değerleri anlamlandırmak zorundadırlar. İnsanoğlunun, etraftan haber alma gereksinimi ve isteği, hiç kuşku yok ki gazetenin doğmasına sebep olmuştur. Modernizmin ve sanayileşmenin ortaya çıkardığı bilgi birikimi ve teknolojik gelişmeler; basımı ve dağıtımı kolaylaşan gazeteleri, insan yaşamının vazgeçilmez bir unsuru haline getirmektedir (Yağbasan & Demir, 2007, s. 115).

Bir geleneksel kitle iletişim aracı olarak ortaya çıkan gazetenin sorumluluk, işlev ve görevleri dikkate alındığında çok sayıda tanımı yapılabilir. Gazete her şeyden önce insanın haber alma ve çevresinde olan bitenlere yönelik farkındalık oluşturabilme uğraşıdır. Hayata ve insana dair her konu gazetenin içeriğini oluşturabileceğinden toplumun büyük kesimlerine seslenebilme özelliğine sahip olması gerekir. Gazete bu bağlamda değerlendirildiğinde bütün bu aktarımlar bir dil sayesinde ortaya konmakta, bu dil de okuyucuların sahip oldukları dil ile gazete içeriğini oluşturan metinlerin dilini birbirine yakınlaştırmaktadır.

Bu çalışma yazılı basında dil konusu üzerine odaklanarak basın dili, tarihsel perspektiften basın dilinde değişimler ve bunların yanında gazetede yer alan metinlerin sahip olduğu dil ve anlatım özelliklerini betimlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada yöntem olarak araştırma konusuyla ilgili literatür taraması gerçekleştirilmiş, kaynaklarda yer alan bilgiler betimleyici bir yaklaşımla incelenmiş ve doğrudan araştırma konusuyla ilgili elde edilen veriler üzerinde değerlendirmelerde bulunulmuştur. Bu bağlamda ilk önce basın dili kavramı üzerinde durulmuş, daha sonra Türk gazeteciliği tarihsel perspektifle ele alınarak dönemin basın dilinin özellikleri tartışılmıştır. Araştırmada ayrıca hedeflenen olgu veya olaylar hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsayan doküman incelemesi (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 189) yöntemiyle dönemin gazete örneklerinden alıntılar yapılarak basın diliyle ilgili ortaya konan değerlendirmeler desteklenmiştir.

İlgili alanyazın incelendiğinde basın dili üzerine çok sayıda çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalar içerisinden Sağlamöz'ün 2018 yılında yayımladığı "Basın Dili" adlı çalışması kapsam ve içerik bakımından oldukça önemlidir. Bu eserde dil ve basın ilişkisi, Türk basınında dilin dönüşümü, basında dil ve söylem, yazı türleri ve iletişimin edebiyatla ilişkisi gibi önemli başlıklar üzerinde incelemelerde bulunulmaktadır. Özarslan'ın 2013 yılında İletişim Kuram ve Araştırma Dergisinde yayımlanan "Basın Dili Üzerine Bazı Dikkatler" adlı makalesi de "basın dili"nin kavramsal özellikleri hakkında değerlendirmelerde bulunması bakımından önemli bir çalışmadır. Yılmaz'ın 1992 tarihinde İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisinde yayımlanan "Türkiye'de Gazetecilik Dilinin Doğuşu" adlı makalesi Osmanlı döneminde basın dilinin ortaya çıktığı dönem ve bu gelişmelere etkisi yönüyle Şinasi'nin katkılarına yaptığı vurgu bakımından önemli bir çalışmadır. Diğer önemli bir çalışma da Bell tarafından 1991 yılında yazılmış "The Language of News Media" adlı çalışmadır. Bell bu çalışmada medyada kullanılan dilin iletişim bilimleri başta olmak üzere birçok disiplin açısından incelenmesinin önemli olduğunu belirterek bu dilin hem medya hem de dil çalışmaları açısından birçok şeyi ifade ettiğini belirtmektedir. Bu bağlamda medyanın diliyle ilgili çalışmaların niçin gerekli olduğunu şu başlıklar halinde sıralamaktadır: 1. Dil çalışmalarında medyanın bir veri kaynağı oluşu. 2. Medyanın gündelik dil özelliklerini de yansıtması. 3. Medyanın dili etkileme rolü. 4. Medya dilinin daha geniş toplum ve kültürün aynası olarak neler ortaya

çıkardığına ilgi. 5. Medya dilinin toplumdaki tutum ve düşünceleri nasıl etkilediğine duyulan ilgi. 6. Medyada dil verilerinin büyüklüğü ve elde edilmesindeki kolaylıklar. 7. Medyanın etkisiyle dilin kitlesel kamusal tüketim ürünü olması (Bell, 1991, s. 2). Bu çalışmaların yanında konuyla ilgili pek çok önemli çalışmaya da makalenin içerisinde atıfta bulunulmuştur.

Bulgular

Basın Dili

Basın dili üzerine değerlendirmelerde bulunmadan önce dilin insan ve toplum açısından önemi üzerine açıklamalarda bulunmak daha doğru bir yaklaşım olacaktır. İnsanların ve toplumların kendi aralarında ya da diğer topluluklarla iletişim kurabilmeleri, birbirlerine düşüncelerini, fikirlerini, isteklerini, beklentilerini, kültürlerini aktarabilmeleri, daha önemlisi varlıklarını üretip sürdürebilmeleri için en önemli aracın dil olduğu düşünülmektedir. Ayrıca dilin kullanımı, aynı zamanda bireylerin ve toplumların gelişmişlik düzeylerinin de göstergesi kabul edilmekte, bu nedenle kişisel veya toplumsal düzeydeki dilin kullanımı önem kazanmaktadır (Yağbasan & Demir, 2007, s. 117).

Saussure (2001) "*Görüldüğü gibi bu (dil) öyle bir şey ki, herkesin ortak malı ve kişisel istenç dışı olmakla birlikte, ayrı ayrı her bireyde de bulunur.*" (s. 49) sözüyle dilin hem toplumsal hem de bireysel yönüne dikkat çekerek toplum içinde dilin, her bireyinde bulunan bir izler bütünü olarak yaşadığını ve bir bakıma birbirinin eşi tüm örnekleri bireylere dağıtılmış bir sözlüğü andırdığını belirtmektedir.

Korkmaz'a (1992) göre dil, insanlar arasında karşılıklı haberleşme aracı olarak kullanılan; duygu, düşünce ve isteklerin ses, şekil ve anlam bakımından her toplumun kendi değer yargılarına göre şekillenmiş ortak kurallarının yardımı ile başkalarına aktarılmasını sağlayan, seslerden örülü çok yönlü ve gelişmiş bir sistem (s. 43) olarak açıklanmaktadır. Dil insanın doğumundan –belki de daha öncesinden- başlayarak onu çevreleyen ve beyne yerleşen bir sistemdir. Dil ve düşünce bir örüntü halinde bizi, değerlerimizi, önyargılarımızı, dünyayı algılama ve anlama çerçevemizi (Özerkan, 2002, s. 66) aynı zamanda kendimizi dış dünyaya aktarabilme ölçümüzü de belirlemektedir. Başka bir ifadeyle insanın hem kendini hem dünyayı algılamasının veya bu algılamanın iletişim araçlarıyla gerçekleştirilmesinin bir aracıdır. Bu açıklamalar bağlamında dil, toplumsal bir ortak kabulün ürünü olmakla birlikte aynı zamanda bireysel düzeye de sahip olması yönüyle sadece bir iletişim aracı olmanın ötesinde iletişimi bütün yönleriyle kapsayan canlı bir organizma olarak kabul edilebilir. Dil canlı bir organizma olarak toplumsal ve bireysel boyutuyla hayatın her alanında kendine özgü yeni şekil, mana ve söylemler elde edebilir. Matbaanın icadından günümüze değin matbuat hayatımızda önemli bir yer tutan basın faaliyetleri de kurumsal ve toplumsal anlamda yer edindiği amaç ve yöntemlere göre dilin diğer şubeleriyle birleşen veya ayrışan çeşitli dil özelliklerine sahip olması, dilin doğası gereği olağan bir durumdur. Sözgelimi edebi bir eser oluşturmaya çalışan yazar ile gündelik iletişimini gerçekleştiren bireyin ya da bir olayı haberleştirerek topluma ne olup bittiğiyle ilgili bilgi vermeye çalışan gazetecinin dil kullanımı ve üslubu aynı olamayacaktır.

Literatürde "basın dili nedir, basın dilinin dilbilimsel bağlamda varlığı ve muhteviyatı açıklanmış mıdır, basın dilini farklılaştıran öğeler nelerdir ve bu dili oluşturan biçim/şekil ve semantik bilgisi nedir?" gibi soruların, çerçevesi tartışmaya gerek duyulmayacak biçimde belirlenmiş açık cevaplarının olmadığı anlaşılmaktadır. Bazı araştırmacılar basın dilini açıklamaya çalışmakla birlikte basın dili diye kavramlaştırılabilecek bir dil olgusunun varlığını açıklamakta zorlanmaktadırlar. Bu duruma dikkat çeken Özarslan (2013) "basın dili" kavramının bir ihtiyaca karşılık geldiğini fakat sözlüklerde bu kavramın madde başı olarak yer almadığını ifade eder (s. 252). Kimi araştırmalarda "basın dili" kavramının varlığı ile yokluğu arasında tartışmalara girildiği de görülmektedir. Can (2003) "Basın Dili" adlı makalesinde konuyla ilgili şu değerlendirmelerde bulunmaktadır:

> *"Aslında basın dili diye bir şey yok. Basın dilinden daha ziyade çeşitli konularda (ekonomi, spor, politika, vb.) oluşturulan olayların dil ile sunumunu anlamalıyız herhalde... Ama başlıktan oldukça özel ve sınırlandırılabilen bir dil kullanımının var olduğu da anlaşılabilmektedir. Şurası bir gerçek, bir taraftan böyle kendine özgü, homojen bir dil sisteminin olmadığını söylerken, öbür taraftan haberlerin hazırlanış koşulları ve haber verme amacı açısından bakıldığında her şeye rağmen basın dili diyebileceğimiz bir dil vardır."* (s. 34).

Basın diliyle ilgili çoğu araştırmalarda dilbilimsel bağlamdan çok işlevsel yönlere dikkat çekilerek açıklamalar yapılmaktadır. Özarslan (2013) basın dilinin ait olduğu dil içerisindeki mahiyetini diğer alt ve üst dil şubeleriyle karşılaştırmalı olarak benzerlik, farklılık ve işlev yönünden incelemesini yaptığı "Basın Dili Üzerine Bazı Dikkatler" adlı makalesinde basın dilinin umumî dil içerisinde yazı dili ile konuşma dili arasında kendine mahsus yeri ve işlevi olduğunu söylemektedir. Bu bağlamda basın dili, dilin diğer seviye,

ağız ve şubelerinden farklılık göstererek kurgusal dünyadan uzak, hakikati sunma ve göstermeyi amaçlar. Standard konuşma, yazı ve kültür dilinin bir bileşkesi olmamakla birlikte, umumî dil içinde adeta bileşkeymiş gibi bir işlev gören ve umumî dilin içerisindeki alt ve üst diskurları yanında ama hepsinden geniş olmamakla birlikte hepsinden daha işlevli bir diskur (ağız) manzarası arz etmektedir (s. 255-266). Özarslan bu açıklamalarıyla basın dilinin üç özelliğine dikkat çekmektedir. Bunlardan birincisi yazı dili ile konuşma dili arasında bir kullanıma sahip olmasıdır. İkinci önemli özelliği hakikati gösterme amacı taşımasıdır. Üçüncü vurgu yaptığı özelliği ise diğer dil kullanım alanlarına göre daha işlevsel olmasıdır. Basın diliyle ilgili diğer tanımlama da ise *"Gazete dili (basın dili), edebî dille konuşma dili arasında yer alır. Bu dilde, edebi dildeki gibi artistik anlatıma yer verilmez, kelimelere yeni anlamlar yüklenmez. Ortalama okuyucu göz önünde bulundurulur, yanlış anlaşılmaya yol açabilecek ifadelerden kesinlikle kaçınılır. Gazete dili, konuşma diline yaklaşma çabasındadır."* (Yılmaz, 1992, s. 171) şeklinde açıklanmaktadır.

Yazılı ve sözlü anlatımda ifade biçimleri dilin kullanım yerine, zamanına ve dili kullanan topluluğun amaç ve işlevine göre farklılaşmaktadır. Bu bağlamda yazılı anlatıma sahip gazete lisanı hadiseleri, durumları, faaliyetleri, yenilikleri ve havadisleri halka olduğu gibi aktarma ve malumat verme maksadını taşıdığı için (Kayacan, 2023, s. 196) diğer dil kullanımlarından ayrışmaktadır. Gerek görsel, gerek yazılı kitle iletişim araçları amaçlarını dil aracılığıyla gerçekleştirirler. Kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda burada kullanılan dilin önemi yadsınamayacak bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Bir haberin, bir etkinliğin, bir sanat gösterisinin amaç ve içeriğinin aktarılmasında kullanılan dil, dinleyici veya seyircinin aktarılan iletiden etkilenme derecesini belirlemede etken olabilmekte, dil kullanımına örnek oluşturduğu için, dinleyici ve seyircinin benzer durumlarda kendi dil kullanımını da dolaylı bir biçimde etkileyebilmektedir (Güllüdağ, 2012, s. 51).

Basın diliyle ilgili bilgiler veren Güz (2005) haber yazımında habere esas olan unsurların haber haline getirilirken edebileştirildiğini bu durumun da basın dilini ortaya çıkardığını belirterek medya kuruluşlarının kullandığı farklı bir dil, başka bir deyişle basın dilinin varlığını ortaya koymaktadır. Bu dil ne bilimsel ve çok edebi ne de çok sıradan ve alt kültür düzeyine seslenen bir dildir. Ayrıca dil kullanımı açısından hedef kitlenin farklı yaş, cinsiyet ve kültür gruplarından oluştuğu dikkate alınarak herkesin anlayabileceği, algılayabileceği bir üslup haber dilinde tercih edilmelidir (s. 61).

Basının dil kullanımı yönüyle dikkat etmesi gereken diğer bir nokta da basın işlevini yerine getirirken dili de yeniden biçimlendirmektedir (Özsoy, 1996, s. 216). Bu bağlamda basın toplumun genel dil kullanımını da etkilediği için dilin doğru kullanımında oldukça özenli davranmalıdır. Basın, dili yeniden biçimlendirirken işlevini yerine getirebilmek için dilin ortaya koyduğu imkânlardan faydalanmakta ve bunu ancak dil yoluyla gerçekleştirebilmektedir.

"Metin" belirli bir çerçeve içerisindeki yapıdır ve çerçevenin sınırlarının belirlenmesi gerekir (Çomak, 2004, s. 49). Haber stili olarak ifade edilebilen haber dili, haberlere birtakım özellikler kazandırmakla birlikte bazı sınırlandırmalar da getirmektedir (Yurdigül & Zinderen, 2012, s. 82). Basın dili kendine özgü cümle kurgusu, anlatım tarzı ve üsluba sahiptir. Cümle kurgusunu oluşturan öğelerin başında haber formatı ve bu haber yazısıyla ortaklaşan diğer yazım türlerinin biçimsel özellikleri gelmektedir. Anlatım tarzını oluşturan öğelerde ise dilin açık ve sade oluşu, nesnellik ve objektiflik ilkeleri ile standartlaşmış bir dile dayanması öne çıkar. Üslup özellikleri değerlendirildiğinde haber aktarım sürecini etkileyen hız ve etkili iletişimin dil ve anlatımı farklılaştırdığı görülmektedir. Örneğin bir haber metninin zamana karşı yarışması ve okuyucuyu etkilemesi için anlatım biçiminin kendine özgü oluşu, o metnin üslup özellikleri arasında sayılabilir. Basın dilinin özgünlüğünü etkileyen bu özelliklerin yanında muhabirin ve haber üretim sürecinde yer alan meslek çalışanlarının kendilerine özgü dil kullanım üsluplarıyla, gazetelerin genel dil kullanım özellikleri de basın dilinin çerçevesinin ortaya çıkmasında etkili olmaktadır.

Osmanlı'da Gazetelerin Ortaya Çıkışı ve Dil Özellikleri

Osmanlı'da Batılılaşma ve modernleşme çalışmaları XVIII. yüzyılda başlamış ise de köklü değişimler XIX. yüzyılda hayata geçirilmiştir. Bu dönemde kitleleri yönlendirme ve fikirleri yaymada son derece etkili olan gazeteyle tanışılmıştır. Batı'da iktisadi gelişmelerin sonucunda çıkan gazete, Osmanlı'da siyasi gelişmelerin sonucunda ortaya çıkmıştır. Azınlıklar tarafından çıkarılan ilk gazetelerin Batı'ya ait fikir ve düşünceleri yayması çok milletli bir sosyolojiye sahip Osmanlı için olumsuzluklar doğurduğundan bilgi ve haber kirliliğinin önüne geçmek adına gazetecilik faaliyetleri ilk olarak devlet tarafından icra edilmiştir (Gülmez, 2013, s. 1).

Avrupa'da 17. yüzyılın başlarında yayımlanmaya başlayan ilk gazete örneklerinden yaklaşık 200 yıl sonra Osmanlı'da gazeteciliğin başladığı bilinmektedir. Tanzimat yönetimiyle birlikte yenilikler ve değişimleri tabana yayma düşüncesi, bu dönemde yetişen ve devlet yöneticilerinin himayesinde bazı mevkilere gelebilen yeni kuşağın en önemli gayesi olmuştur. 1860'lı yıllardan sonra basın gerçek anlamda sosyal hayattaki yerini alacak, daha sonra gazeteler değişimin, gelişimin, muhalefetin, fikrin, tartışmanın merkezi olacaktır. Basının bu gelişmesinde 1834 yılında kurulan posta teşkilatının, 1855'ten itibaren kullanılmaya başlanan telgrafın ve aynı dönemde kurulan demiryolu teşkilatının büyük bir rolü vardır (Öztuna, 1983, s. 125).

Geleneksel medyayı oluşturan yazılı basın tarihsel gelişim sürecine göre dil bakımından değerlendirildiğinde Osmanlı döneminde ilk yayımlanan gazetelerin dilinin oldukça süslü ve sanatsal bir üsluba sahip olduğu görülmektedir. Osmanlıda yayımlanan ilk gazetelerde kullanılan dil çoğunlukla Fransızca olmak üzere yabancı dillerden oluşmaktadır. Mısırlı Mehmet Ali Paşa tarafından Türk diliyle yayımlanan ilk gazete 1928'de Mısır'da "Vekâyi-ü'l-Mısriyye"dir. Bu gazete Arapça ve Türkçe dilleriyle yayın yapmaktadır. 1830 yılında Girit'te yayımlanan "Vekâyî-i Giridiyye" adlı gazetede ise Türkçe ve Yunanca eşit olarak kullanılmıştır. Türkçe'nin sürekli neşriyatta tek başına yer alması ise 1 Kasım 1831 tarihinde gerçekleşmiştir. II. Mahmut Tanzimat dönemi *halka doğru* ilkesinin bir gereği olarak Türkçe gazetenin yayımlanmasına öncülük etmiş ve bu gazetenin dilinin sade olması gerektiğiyle ilgili telkinlerde bulunmuştur (Özarslan, , 1987, s. 50; Topuz, 2003, s. 15). Osmanlıda gazetelerin doğuşunda Tanzimat'la başlayan Batılılaşma çabaları önemli rol oynamışsa da ilk gazetecilik örneklerimizden Takvim-i Vekayi (1831) ve Ceride-i Havadis'in (1840) halk tarafından anlaşılabilecek sade bir dil ve anlatıma sahip olmaması gibi özellikler gazeteciliğin ortaya çıkan ilk önemli engelleri olarak değerlendirilebilir. Sağlamöz (2008) "Basın Dili" adlı çalışmasında bunun nedenini Osmanlı döneminde kökleşmiş bir düzyazı geleneğinin olmamasına dayandırmakta ve divan edebiyatındaki süslü anlatımın basın dilinde de yer aldığına dikkat çekmektedir (s. 36). Bu değerlendirmenin yanı sıra Osmanlıda gazeteciliğin başlaması vakanüvis geleneğin güncelleştirilmesi olarak görülebilir. Vakanüviscilik yaşadığı dönemde gerçekleşen olayların yazımına ve daha sonra kitaplaştırılmasına dayanan resmi tarihçilik olarak bilinmektedir. Takvim-i Vekayi'nin başında vakanüvis Esat Efendi'nin bulunması bu tespiti doğrulamaktadır. İlk gazetelerden Takvim-i Vekayi ile Ceride-i Havadis'in iç haberlerinin alışılagelmiş süslü ve sanatsal bir anlatımı yansıtmasına rağmen dış haberlerde özellikle Batı kökenli sözcüklerin kullanılması neticesinde anlatım biraz daha basın diline yaklaşmaya başlamıştır. Bu bağlamda bu iki gazetenin genel dil özellikleri arasında kelime seçimine özen gösterilmemekteydi; paragraf, bağımsız cümle ve noktalamaya yer verilmemekteydi. Ayrıca cümleler birbirine bağlaç ve edatlarla bağlanarak uzayıp gitmekteydi. Bu değerlendirmelerin yanı sıra her ne kadar dil ve anlatım ağır olsa da yazılanlar doğru şekilde anlaşılabilecek bir özen ve doğruluğa sahipti (Yılmaz, 1992, s. 171-172).

1860 yılında Şinasi ve Agâh Efendi tarafından çıkarılmaya başlanan Tercüman-ı Ahval gazetesi halkın anlayacağı bir dilde yazma gerekliliğini savunması bakımından basın dili açısından oldukça önemlidir (Sağlamöz, 2008, s. 34). Osmanlı'da gazetelerin yaygınlaşmasıyla birlikte süslü ve nazma yatkın dilin sadeleşmesi ve nesre yaklaşmasına doğru ilerleme de başlar. Bu dönem gazetelerin etkisiyle ilgili Tanpınar (1988) dil konusunda basının bir bütün halinde halka hitap edebilecek bir Türkçenin oluşması için aynı amaçta birleştiklerini ve gerçek anlamda nesrin oluştuğunu (s. 250) belirtmektedir.

Dilde sadeleşme hareketinin Osmanlı'da fikri inşasının Tanzimat Dönemiyle başladığı bilinmektedir. Şinasi, Namık Kemal, Ahmet Mithat Efendi, Şemseddin Sami gibi edebiyatçılar çeşitli makalelerinde Türkçenin sadeleşmesi fikrini gündeme getirmişlerdir. Bu düşüncenin gelişmesinde Tanzimat yazarlarının çoğunun gazeteci olmaları da etkili olmuştur. Fakat bu yazarların teorik olarak dilde sadeleşmeyi eserlerine pek yansıtabildikleri söylenemez. Tanzimatçılardan sonra gelen Servet-i Fünuncular ise dilde sadeleşmenin aleyhinde bulunmuşlardır. Bununla birlikte aynı dönemde bu gruptan olmayan Hüseyin Rahmi, Ahmet Rasim ve Mehmet Emin gibi edebiyatçıların sade Türkçe ile eserler verdikleri görülür (Kahya, 2008, s. 312-313).

Gazeteci bir dilin derleyicisi olduğu kadar yaratıcısıdır da (Bell, 1991, s. 7). Osmanlı'da basın dilinin ortaya çıkmasında Şinasi önemli rol oynamıştır. Koloğlu (1992) Şinasi'yle birlikte "basın dili/gazeteci lisanı"nın oluştuğunu ifade eder (s.171). Şinasi'nin yazım diline katkıları değerlendirildiğinde gündelik konuşma dilindeki anlatım ve kelimelerin yazım diline aktarılması, eserlerinde ve yazılarında İstanbul ağzını yazım dili olarak kullanması, zincirleme tamlamalar yerine kısa tamlamaları tercih etmesi, paragraf kullanımını başlatması ve yine noktalama işaretlerinin de yazım dilinde ilk uygulayıcısıdır. Dile gerçek anlamda yeniliği getiren Şinasi'nin Fransızca cümle yapısını Türkçeye uyarladığı da görülmektedir. Cümle

geçişlerinde "de" ve "ki" bağlaçlarının öne çıkması bu durumun etkisiyle olmuştur. Ayrıca ulaçların kullanımda çeşitliliği sağlaması, cümle başlarında "mademki, halbuki, fakat" gibi bağlaçların kullanımı da onunla başlamıştır (Yılmaz, 1992, s. 172-173). Şinasi'nin Tercüman-ı Ahval gazetesinin 22 Ekim 1860'ta yayımlanan ilk sayısında kaleme aldığı "Mukaddime"sinde halkın anlayabileceği bir dilde yazmanın gerekliliğine yaptığı vurgu basın diline dikkat çekmesi bakımından oldukça önemlidir. Ayrıca bu fikri ifade eden Mukaddime bölümünün dilinin dönemin halkının büyük çoğunluğu için anlaşılmasının zor olduğu fakat diğer yazınsal eserlere nispeten daha anlaşılır olduğu da görülmektedir. Bu bağlamda "Mukaddime" hem Tanzimat aydınlarının bakış açısını yansıtması hem de Türk basınının ilk dönem dil özelliklerini göstermesi bakımından önemlidir.

> *"İmdi işbu gazete ahvâl-i dâhiliyye ve hâriciyyeden müntehab bazı havâdisi ve ma'ârif-i mütenevvi'a ile sâir mevadd-ı nâfi'aya dâir mebâhisi neşr ü beyâna vâsıta olacağından nâşî, Tercümân-ı Ahvâl ünvânı ile tesmiye olunmak münasib görüldü. Ta'rîfe hâcet olmadığı üzre kelâm, ifâde-i merâm etmeğe mahsus bir mevhibe-i kudret olduğu misullû, en güzel îcâd-ı akl-ı insânî olan kitâbet dahi kalemle tasvîr-i kelâm eylemek fenninden ibâretdir; bu itibâr-ı hakikate mebni, giderek, umum halkın kolaylıkla anlayabileceği mertebede işbu gazeteyi kaleme almak mültezem olduğu dahi makâm münâsebeti ile şimdiden ihtâr olunur."* (Tansel, 1960, s. 2).

Osmanlı döneminde gazetelerin halkın anlayabileceği bir dilde yazmaya yaptıkları vurgu Türk dilinin sadeleşmesi ve gazeteler yoluyla basın dilinin oluşturulmasında ilk ve önemli bir merhale sayılabilir. Bu duruma dikkat çeken Gülmez (2013) Tanzimat ve Meşrutiyet dönemi gazetelerinin klasik Osmanlı nesri dediğimiz uzun, süslü ve bol terkipli dilden uzaklaşarak standart Türkçenin kullanımına yöneldiğini ifade etmektedir (s. 8). Bu dönemde dilin sadeleşmesi ve basın dilinin ortaya çıkmasına Tercüman-ı Ahval ve Tasvir-i Efkâr gazetelerinde yazılarıyla Şinasi öncülük etmiş (Berkes, 2002, s. 260-262; Levend, 2010, s. 83) olsa da dönemin bazı gazetelerinde basın dilinin nasıl olması gerektiğiyle ilgili sadeleşme yönelimini destekleyen yazılar da mevcuttur. 1868 yılındaki Terakki gazetesinin birinci sayfasında yayımlanan *"Ey muharrir beyler, efendiler. Siz de avamın anlayacağı lisan üzre mahsulât-ı fikriyyenizi sahafiye dökmeğe çabalayınız."* çağrısı dikkat çekicidir. 1869'da Basiret gazetesinin 33. sayısında Süleyman Hayri adında bir yazarın gazetecilerin vazifesine ışık tutan *"Gazetecilerin vazifesi herkese usul-ü kitabet öğretmek olmayıp bazı malumatı havi havadis vermektir. Ve verdiği havadisi her gazete okuyabilenlere öğretmektir."* sözleri adeta gazeteciliğin işlev ve görevlerine vurgu yapmaktadır (Sağlamöz, 2008, s. 35).

Sonraki dönemlerde bu süreç devam ederek II. Abdülhamid döneminin en önemli yayın organı olan Tercüman-ı Hakîkat'ın başyazarı Ahmet Mithat ve gazetenin dil politikası ile Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde görev alan devlet adamlarından Said Paşa'nın "Gazeteci Lisanı" adlı çalışması dönemin basın dilinin gelişimine önemli katkılar sunmuştur (Gülmez, 2013, s. 9). Osmanlıda dilde sadeleşme fikri ilk olarak Mustafa Reşit Paşa tarafından dile getirilmiş ve onun öğrencisi olan Ahmet Cevat Paşa da eserlerinde dönemine göre sade bir dille yazmıştır. Gazete yoluyla halkın anlayabileceği bir dille yazmanın gerekliliği üzerinde duran Şinasi'den sonra Ahmet Mithat Efendi de Türk nesrinin ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamıştır. Ahmet Mithat Efendi'nin Tercüman-ı Hakikat gazetesinde 1896 Haziran'ında yayımlanan "Dilde Sadeliği İltizam Edelim", Basiret'te yayımlanan 4 Haziran 1872 tarihli "Lisan-ı Osmani", Dağarcık'ta yayımlanan 1972 tarihli "Osmanlıcanın Islahı" ve bunlara benzer birçok yazısında dilde sadeleşmenin gerekliliği ve nasıl olması gerektiği konularında önemli görüşler öne sürmüştür (Argunşah, 2012, s. 2-12). Onun ideal bir gazetenin dili ve içeriğine yönelik görüşlerini açıkladığı yazısına dikkat edildiğinde Türk basın tarihi açısından önemli bir yere sahip olduğu anlaşılacaktır.

> *" …Ah bir sahib-i himmet olsa da bize bir gazete yapsa, ne icraattan bahsetse, ne politikadan, çünkü bu gibi bentlerden erbabı istifade eder ise de kıraate pek büyük hevesi olan koca bir fırka hiçbir şey anlamamaktadırlar. Bu arzu ettiğim gazete kadınlığa ve gençliğe mahsus olsa, terbiyeden, ahlaktan, hane idaresinden, velhasıl kadınlığın ve gençliğin müstefit olacağı hususattan bahsetse, hem de o kadar sade yazsa, o kadar sade yazsa ki bir yerde okunduğu zaman dinleyenler âdeta laf söyleniyor zanneylese... İşte her sabah, her akşam Üsküdar vapuruna bindikçe ve bir hanımın elinde gazete veya kitap gördükçe içimi çekerek arzu eylediğim şey budur."* (Ahmet Mithat, 1872, s. 2).

Osmanlı'da gazetelerin ortaya çıkışı sosyal, kültürel ve siyasal bağlamda önemli değişimlerin gerçekleşmesine öncülük etmiştir. Tanpınar (1988) gazetelerin eğitme, okuma zevki aşılama, fikir ve edebiyatın belirli bir grubun tekelinden ayrılarak halkın malı olmasına en önemli katkıyı sağladığını belirterek Batı tarzı edebi (roman, çeviri eserler, tiyatro…) ve fikri yazıların (makale, tartışma, yorum…) gazetelerde yer almasıyla beraber toplumun düşünce ufkunun geliştiğini (s. 251) ifade eder.

Cumhuriyet Dönemi Dilde Sadeleşme ve Gazeteler

Cumhuriyetin ilanından sonra 1 Kasım 1928'de Latin harflerinin kabulüyle dilde sadeleşme ve konuşma diline yakın standart bir Türkçenin kullanımı çalışmaları hız kazanmış ve 12 Temmuz 1932 yılında Türk Dil Kurumu "Türk Dili Tetkik Cemiyeti" adıyla Ankara'da açılmıştır. Dil alanında yapılan bu gelişmeler doğrudan basın dilinin sadeleşmesi sürecini de hızlandırmıştır. Daha okul yıllarındayken gazeteye ilgi duyan ve basının kamuoyu oluşturma gibi birçok işlevinin farkında olan Mustafa Kemal Atatürk 1 Kasım 1918'de İttihatçıları desteklemek amacıyla yayımlanan "Minber" gazetesine hem ismini vermiş hem de maddi destekte bulunmuştur (Okyar, 1980, s. 267-269). Milli Mücadele Döneminde Sivas Kongresi'nin neşir ve propaganda organı olmak üzere 14 Eylül 1919'da "İrade-i Milliye", Ankara'ya gelişinden 14 gün sonra 10 Ocak 1920'de "Hâkimiyet-i Milliye" gazetesinin çıkarılmasını sağlamıştır (Güz, 1989, s. 64).

Cumhuriyetin ilk dönemlerinde gazetenin kültürlendirme ve eğitme işlevi dikkate alınarak yeni döneme uyumlu insan yapısının teşekkülü bağlamında halkın anlayabileceği standart bir dil ortaya çıkarma girişimleri basın dili yoluyla da sağlanmaya çalışılmıştır. Bu dönem çalışmalarında söz varlığı derlemeleri yoluyla standart Türkçeye kazandırılan kelimelerin yanında Türkçede karşılığı bulunmayan Arapça ve Farsça söz varlığının yerine türetme yoluyla yeni kelime ve yapılar getirilmiştir. Bazı dönemlerde bu yeni üretilmiş kelimelerin anlaşılabilmesi konusunda zorluklar da yaşanmış ayrıca dilde gerçekleşen bu hızlı değişim geçmişle olan bağ ve ilişkilerin kopması gibi olumsuz eleştirilerin yöneltilmesine de sebep olmuştur. Latin alfabesine geçiş kısa süreli gazete okunma oranlarını düşürse de basının gelişimi, gazeteciliğin dönüşümü ve toplumsal etkiler bakımından önemli bir değişim merhalesi sayılabilir.

Yeni Alfabenin kabulünden sonra 1 Aralık 1928 tarihinde gazetelerin yeni harflerle basılmasına karar verilmiştir. Gazetelerin Latin harfleriyle yayımlanmaya başladığı ilk haftayla ilgili Kocabaşoğlu'nun İstanbul Amerikan Yüksek Komiserliği'nde görevli Joseph C. Crevv'un Bakanlığa yazdığı 13 Şubat 1929 tarihli mektuba dayanarak verdiği 1928 Aralık ayının ilk haftasına ait gazete baskı ve satış miktarları şöyledir:

Tablo1: *Latin Harfleriyle Yayımlanan Gazetelerin İlk Hafta Baskı ve Satış Adetleri*

Tarih/ Baskı ve Satış Adetleri	Cumhuriyet	Milliyet	İkdam	Vakit	Son Saat	Akşam
(1.12.1928) Baskı:	11.500	10.000	4.000	7.000	6.000	1.000
Satış:	9.000	8.500	2.340	5.500	3.480	650
(2.12.1928) Baskı:	12.600	10.000	8.000	7.000	3.000	4.000
Satış:	8.650	9.260	5.250	5.440	2.670	3.000
(3.12.1928) Baskı:	11.000	10.000	8.000	6.000	4.000	3.000
Satış:	8.500	7.700	4.500	4.500	2.700	1.250
(4.12.1928) Baskı:	10.000	10.000	7.000	6.000	4.000	3.000
Satış:	8.000	7.500	4.000	4.000	3.230	1.800
(5.12.1928) Baskı:	10.000	10.000	7.000	6.000	3.000	3.000
Satış:	7.750	7.240	5.560	3.850	1.800	1.500
(6.12.1928) Baskı:	7.000	10.000	4.000	5.000	3.000	3.000
Satış:	6.900	6.200	3.250	3.840	1.000	1.600
(7.12.1928) Baskı:	7.000	6.000	5.000	4.000	2.500	3.000
Satış:	5.730	5.250	3.120	2.780	1.500	1.340

Not: ("İkdam" ve "Akşam"ın haftanın ilk günü baskı makinalarındaki arıza sebebiyle baskısı 1/2 ve 1/4 oranında düşürülmüştür.)
Kaynak: (Kocabaşoğlu, 1981, s. 101'den akt. Güz, 1988, s. 18-19).

Gazetelerin 01.12.1928-07.12.1928 tarihli Latin harfleriyle yapılan ilk baskılarında hafta içerisinde baskı ve satış sayılarında önemli bir düşüş gerçekleşmiştir. Bu durum yeni alfabeye geçişle olağan bir okuma oranı düşüklüğünü göstermektedir. Bu dönemle ilgili 28 Ekim 1927 yılında yapılan genel nüfus sayımında Türkiye nüfusunun 13.660.275 olduğu ve bu nüfusun 07 yaş üzerinde okuma-yazma bilme oranının %10.6 olduğu (Tütengil, 1980, s. 56-57) gerçeğini de dikkate almak gerekir.

Cumhuriyet dönemi Türk basını dil özellikleriyle değerlendirildiğinde iki önemli noktaya dikkat çekmek gerekir. Bunlardan birincisi basının mesleki gerekleri nedeniyle sahip olması gereken dil özellikleri, ikincisi de basının eğitsel, kültürel ve toplumsal etkilerinin ortaya çıkabilmesi için sahip olması gereken dil özellikleridir. Osmanlıda ilk gazetelerle ortaya çıkan bu dilin inşası ihtiyacı mesleki bir zorunluluk olarak Cumhuriyet döneminde de değişim göstermiş, hatta bu dönemin dil ve kültür politikalarıyla daha da hızlanmıştır. Monarşik bir anlayıştan Cumhuriyete geçiş sürecinde politika ve devrimlerin tepeden halka

kabul ettirilebilmesi ve bu yeni döneme ait modern insan yapısının inşasında basına önemli roller verilmiştir. Bu dönemde Türk basını devrimlerin halka anlatılması ve halkın desteğinin kazanılmasında bir araç olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda halka ulaşma, anlatma ve ikna etme süreçlerinde basının sahip olduğu dil özellikleri önemli bir role sahip olmuştur. Cumhuriyet dönemi basını bu nedenlerden dolayı halkın anlayabileceği bir dil kullanmaya özendirilmiş ve bu durum bir zorunluluk olarak dönemin şartları içerisinde gerçekleşmiştir. 1934 yılının 1 Ocak tarihinde yayımlanan Cumhuriyet gazetesinde Yunus Nadi (Abalıoğlu)'nin "Ölen Yıldan Doğan Yıla" adlı yazısı Cumhuriyetle birlikte dilde yaşanan sadeleşmenin Türk yazılı basınında gösterimine güzel bir örnektir:

> *"Dün geceyarısı 1933 ü sanki muamelesi bitmiş bir tomar kağıt gibi derleyip rafa kaldırdık, ve onun yerine kapağında 1934 yazılı yepyeni, cicili biçili, parlak süslerinde meçhul vaitler dolu başka bir defter koyduk. Acaba bu yeni defteri milli ve milletler arası ne gibi yeni hâdiselerle dolduracağız? Kalplerimiz ümit ve azimle hareket ve heyecanda, ve başlarımız ellerimizin arasında, ilk sahifenin üstüne iğilmiş düşünüyoruz…"* (Abalıoğlu, 1934, s. 1).

Cumhuriyetin ilanından 2000'li yıllara kadar geçen sürede basın dilinde hem sadeleşme hem de Türkçe söz varlığının kullanımı kısa dönemsel oranlarla değişiklikler göstermiş olsa da genel yönüyle artış göstermiştir. Ayrıca Arapça ve Farsça söz varlığında yaşanan düşüşün aksine Batı dilleri kökenli söz varlığının artış gösterdiği de görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda Cumhuriyet gazetesinin 1925'ten 2008'e kadar ortalama 10 yıllık sürelerde kullandığı söz varlığı değişimlerinin dillere oranı gösterilmektedir.

Tablo2. *Cumhuriyet Gazetesi Türkçe ve Yabancı Söz Varlığı*

Yıl	Türkçe	Arapça	Farsça	Avrupa Dilleri	Yıl	Türkçe	Arapça	Farsça	Avrupa Dilleri
1925	%48	%45	%5	%2	**1975**	%76	%16	%3	%5
1935	%64	%32	%3	%1	**1985**	%76	%11	%-	%13
1945	%55	%37	%1	%7	**1995**	%78	%8	%3	%11
1955	%51	%39	%2	%8	**2000**	%66	%26	%2	%6
1965	%61	%31	%4	%4	**2008**	%70	%19	%1	%10

Kaynak: (Kahya, 2008: 316-318).

Kahya (2008) "Cumhuriyet Dönemi Gazete Haber Dili Üzerinde İstatistiksel Bir Araştırma (Cumhuriyet Gazetesi Örneği)" adlı çalışmasından uyarlanan bu tabloya göre Cumhuriyetin ilk yıllarından 2008 yılına kadar Cumhuriyet gazetesinde Türkçe söz varlığının kullanımının arttığı, Arapça ve Farsça öğelerin dikkat çekici bir şekilde azaldığı görülmektedir. Bunun yanında Avrupa dillerinden kelime kullanımı artmıştır. Ayrıca 2000'li yıllarda Arapça kelimelerin kullanımında tekrar artış da görülmektedir. Yine aynı çalışmada Akşam ve Hakimiyet-i Milliye gazetelerinin söz varlığı oranları ile basın dilinin sadeleşmesi üzerine önemli bilgiler verilmektedir. Akşam gazetesi dilinde de Cumhuriyet gazetesi gibi benzer bir sadeleşmenin olduğu görülmekte, 1930'lu yıllardan 2008'e kadar Türkçe ve diğer dillerden söz varlığı oranının Cumhuriyet gazetesiyle benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Akşam gazetesinde 1935 yılında Türkçe %65, Arapça %26, Farsça %5, Avrupa dilleri söz varlığı %4'tür. 1955'te Türkçe %63, Arapça %27, Farsça %4, Avrupa dilleri söz varlığı %6'dır. 2008 yılında ise Türkçe %70, Arapça %13, Farsça %2, Avrupa dilleri söz varlığı %15'tir. Hakimiyet-i Milliye gazetesi ise Cumhuriyetin hemen ilanıyla birlikte basın dilindeki sadeleşme/Türkçe kelimelerin kullanımının artış oranını göstermesi bakımından önemlidir. Gazetede 1922 yılında Türkçe %29, Arapça %65, Farsça %4, Avrupa dilleri söz varlığı %2 oranındadır. 1930 yılıyla birlikte Türkçe %42, Arapça %50, Farsça %3, Avrupa dilleri söz varlığı %5 oranına ulaşmıştır. 1933 yılında ise Türkçe %46, Arapça %39, Farsça %2, Avrupa dilleri söz varlığı %13 oranında tespit edilmiştir (s. 316-319). Her üç gazetenin de ele aldıkları dönemlerle ilgili verilerinin birbiriyle tutarlı olduğu anlaşılmaktadır. Bu örnekler Türk basınında Cumhuriyet dönemindeki dilde sadeleşmeyi göstermesi bakımından oldukça önemlidir.

2000'li Yıllarla Birlikte Yeni Medya ve Dil Kullanımı

Osmanlı'dan Cumhuriyete uzanan süreçte basın dili 1970-1980'li yıllara değin kendine özgü bir gelişim göstermiştir. Bu döneme kadar gazete içerik üreticileri çoğunlukla dönemlerinin edebiyat ve kültür alanlarında öne çıkmış, genel dil yetkinliğine sahip aydınlardan oluşmaktaydı. Bu durum gazetelerde dil bağlamında özel bir duyarlık ve özenin oluşmasını sağlamıştır. Cumhuriyet döneminde televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarının kontrolünün kamu idaresi tarafından gerçekleştirilmesi de bu duyarlık ve özene katkı sağlamıştır. Bu dönem sonrası yazılı basında dil ve yazın içerikleri bağlamında bir daralma ve

sıradanlaşma görülmektedir. 2000'li yıllarla gelişen bilgisayar teknolojisi ve yaygın internet kullanımıyla birlikte iletişim araçlarının farklılaşması ve çeşitlenmesi, yeni medya alanlarının ve yeni gazetecilik uygulamalarının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Yolcu, 2024, s. 778). Bunun sonucunda mesleki pratik ve uygulamalar yeni medya bağlamında biçim ve format olarak önemli değişimlere uğramıştır. Bu değişimleri sadece iletişim araçlarının değişimine indirgemek de yanlış olacaktır. Yeni medya; zaman, mekân ve toplumsal etkileşim pratiklerinin zorunlu ve karşılıklı ilişkilerinin dönüşümünü ifade etmektedir. Zaman, mekân ve toplumsal değişim birbirini etkileyen ve bir süreç olarak dönüşümü gerçekleştiren diyalektik bir ilişkiye sahiptir. Hızın artması, zaman kısıtlamasının aşılması, anlık etkileşimlerin çoğalması içeriğin hızlı üretimi ve hızlı tüketimini sağlamıştır. Dijitalleşmeyle birlikte fiziksel mekân sınırları da ortadan kalkmıştır. Sanal ortamlarla farklı coğrafyalarda yaşayan insanlar aynı zaman diliminde etkileşim kurabilmektedir. Bu bağlamda yeni medyayı ortaya çıkaran gelişmeler aynı zamanda yeni medyayla birlikte daha da yaygınlaşmaktadır. Ayrıca bu süreç karşılıklı bir etkileşim içerisinde toplumsal iletişim pratikleri ve araçlarını da dönüştürmüştür. Bütün bu değişim ve yenilikler; dinamik, çok boyutlu ve geniş kapsamlı iletişim pratiklerini ortaya çıkarmıştır.

Gazete tirajlarındaki düşüş ve 1980'lerin başında artan maliyetlerin etkisiyle başlayan internet gazeteciliği pratiği 1990'lı yıllarla birlikte ABD'deki gazetecilik işletmelerinden çoğunun internet ortamına geçiş yaparak matbu basımlarının internet versiyonlarını yayınlamasıyla ortaya çıkmıştır. Türkiye'de ise 1990'lı yıllarda basılı yayının aynısını internete taşıyan gazeteler (Türkish Daily News, Hürriyet vd.) olsa da 1997 yılında Milliyet gazetesi bütün içeriğini internete aktaran ilk gazete olmuştur (Büyükbingöl, 2021, s. 41-43). Teknolojik değişim ve yeniliklerin ilk etkileri iletişim alanında ortaya çıkmaktadır. Günümüz basın faaliyetleri birçok pratiğini dijitale kaydırmış ve bu geçiş çok kısa bir sürede gerçekleşmiştir. Zaman ve mekân arasındaki sınırı ortadan kaldıran yeni iletişim araçları ve sosyal medya platformları geniş kitlelere seslenmekte ve bunu da dil ile sağlamaktadır. Marshall McLuhan'ın "araç iletidir" düşüncesiyle iletişim araçlarının biçimsel farklılıklarının sadece biçimsel değişiklikler ortaya çıkarmasından öte mesajların içeriğini de değiştirdiğine vurgu yapması, bu teknolojik değişimler sonucunda dil ve anlatım yönüyle de önemli farklılıkların gerçekleştiğini göstermektedir. Ayrıca biçimi değiştiren araç söz konusu içeriğin alınma ve yorumlanma şeklini de etkiler (Logan, 2008, s. 2). İnternetle birlikte mobil teknolojilerin kullanımı gazeteciliğe yeni boyutlar kazandırmıştır. İnternet "hipermetinler" ya da "bağlantılar" görünen ve okunanın arkasında, karmaşık ve sınırsız bir boyutu da okuyucuların hizmetine sunmuştur. İçerik unsurlarından metin ve grafiklere bağlantı verilerek, haberi tamamlayan görsel, arşiv verileri ve diğer okunan unsurlar da metne dâhil edilmektedir (Büyükbingöl, 2021, s. 51). Yeni medya araçlarının dijitalde dil kullanımında hız, etki ve etkileşim unsurları önem kazanmaktadır. Bunlara ek olarak sayısallaşma, zaman ve mekân arasındaki mesafenin ortadan kalkmasıyla evrenselleşme, alımlama ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi ve bunlarla birlikte sosyal etkileşim pratiklerinin farklılaşması yeni medyada ortaya çıkan dil kullanımlarının nedenleri olarak öne çıkmaktadırlar.

Alanyazında çoğunlukla yeni medya araçlarının dil kullanımını olumsuz etkilediği, seslendikleri geniş izleyici/okuyucu kitlesinin dil kullanımını körelttiği ve bunlarla birlikte dil ve anlatım yanlışlarını yaygınlaştırdığına yönelik görüşler dile getirilmektedir. Yeni medya haberlerinde başlık öne çıkarılır ve haberin giriş bölümü kısa tutulur. Dil genel anlamıyla sokak diline yakın -özellikle okuyucu yorumları dil konusunda yetersizliğin boyutunu resmeder-, derinlemesine bilgi ve fikir ifade eden anlamsal bir bağlamdan kopuk, bunun yanında haz ve harekete odaklıdır (Sağlamöz, 2008, s. 113-116). Güllüdağ (2012) yazılı ve görsel basında dilin kullanımındaki yanlışlara dikkat çekerek bu yanlışları belirli temalarla gruplandırmaktadır: Yabancı kelimelere duyulan hayranlık, kelimelerin yanlış yerde ve anlamda kullanılması, tamlamaların yanlış kullanılması, yazım yanlışları, tezat kullanımlar, benzetme edatı "gibi"nin yanlış kullanımı, nesne eksikliği, eklerin eksik kullanılması, argo kullanımı, kelime eksikliği, gereksiz kelime, ek ve bağlaç kullanımı, eşanlamlı kelimelerin bir arada kullanılması, kısaltmaların yanlış kullanımı, kelimelerin yanlış yerde ve anlamda kullanılması, yanlış telaffuz ve şarkı sözlerinde yer alan yanlışlar. Bu bağlamda dilde önemli bir yozlaşmanın ortaya çıktığı söylenebilir fakat bu yanlışların ortaya çıkmasında sadece yeni medya araçlarının kullanımının etkili olduğunu ifade etmek de gerçekliğin tam olarak ortaya çıkarılmasında yetersiz kalacaktır. Bu durum, genel dil ve anlatım yetersizliğinin yeni medyadaki görünümü olarak da açıklanabilir. Ayrıca yeni medya ile yeni dil edinimlerinin yaygınlaştığına yönelik görüşler de vardır. Yeni medya araçlarında görünürlüğü artan bu yeni dil edinimleriyle ilgili Aslan (2019) zaman ve mekân sınırlamasından uzak bir şekilde kullanıcıların daha kısa ve daha etkili iletişim yolunu tercih etmek zorunda kaldıklarını, bunun sonucunda yeni dil kullanımlarının ortaya çıktığını belirtir. Örneğin sözcüklerde harflerin eksiltilmesi veya vurgu için artırılması, yabancı dillerdeki karakterlerin kullanılması, yazının görüntüsel göstergelerle birlikte kullanılması, vurgu yapmak için bazı sözcüklerin büyük harflerle

yazılması, konuşma dilinde var olan durumların yazı diline yansıması, noktalamanın kullanılmaması, sosyal ağların kendine özgü kullanımı -twitter'ın 140 karakterle sınırlı olması- (S. 149). Sarıkaya (2023) da günümüzde sosyal medya platformlarının dil kullanımını veya ifade biçimlerini en basite ve en anlaşılır hale getirilerek yalınlaştırıldığını (s. 665) belirtir. Tokgöz (1981) iletişimde kullanılan yöntem ve araçların değişiminin doğal olarak basının dilini de değiştirdiğini, radyo ve televizyon yayıncılığında konuşma şeklinde bir dilin kullanıldığını, ayrıca izleyici/dinleyicilere samimi, yakın ve dostça yaklaşımın egemen olduğunu (s. 147) ifade eder.

Ayşe Necmiye Alpay, Birol Şevki Tatlı ve Murat Belge gibi akademisyen ve dilbilimcilerle yapılan internet ve sosyal medyanın Türkçeye etkileriyle ilgili bir görüşmede dilbilimci Ayşe Necmiye Alpay dilin görsel, işitsel ve simgesel her türlü araç ve gereci de kapsadığını belirtir. Bu bağlamda dijitalleşmeyle birlikte yeni tekniklere adlar, az sözle çok şey anlatan emojiler gibi yeni dil öğelerine de ihtiyacın olduğunu vurgular. Akademisyen Birol Şevki Tavlı da bu devrin insanlarının emoji kullanmasının duygu ve düşüncelerin kaybı olarak değerlendirilemeyeceğini, teknolojinin dil bağlamında yeni olanak ve kullanımlar türettiğini ifade eder. Akademisyen Murat Belge de dilin yeni kavram ve teknoloji sayesinde hıza yetişmekte zorlandığını yeni teknolojilerin kullanımında dilsel ihtiyaçların genel bir dil kabulü gören İngilizceden karşılanmasının normal olduğunu belirtir (Alpay, Belge, & Tavlı, 2019).

Yazılı basından radyo, televizyon ve dijital platformlara evirilen süreçte kullanımı artan yeni medya yazı ve görsellere ek olarak ses ve video katkılarıyla basın dilinde farklı unsurları da içerisine almıştır. Bu bağlamda dijital mecralarda hızın artmasıyla birlikte insan ilgisini çekebilecek ve kısa sürede tüketilmeye göre kodlanmış içerikler yaygınlaşmıştır. Haber içerikleri sunulurken kısa cümleler, basit dil yapıları, hashtaglar, emojiler, görsel ve videoların kullanımıyla anlatım biçimleri büyük oranda farklılaşarak yeni bir dil ve anlatım üslubu ortaya çıkmıştır. Hız ve üretimin çoğalması çok kısa sürede yeni kelime ve kavramları ortaya çıkarmış ve çoğunlukla İngilizce olan bu kavramların kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu durumlara ek olarak çoğu zaman daha fazla tık alabilmek için haberlerin başlık, içerik ve görsellerinde sansasyonel bir dil ve anlatım tercih edilmektedir. Ayrıca kelime ve cümlelerin kısaltılması ile gündelik hayata özgü argo kullanımının çoğaldığı da görülmektedir. Özellikle sosyal medya aracılığıyla haber sunumlarında videoların çokça kullanımı haber dilini gündelik konuşma diline yakınlaştırmıştır. Yeni medya araçlarında görünürlüğü artan bu durumlar bütünlüklü bir dil kurgusu olarak açıklanmaya çalışılsa da bu dilin anlatım derinliğinden yoksun ve yüzeysel oluşu, anlatım ve yazım kurallarına özen bakımından birçok sorunu içermesi, belirli bir kültürel seviye ve entelektüel birikimi yansıtamaması gibi önemli eleştirileri de barındırmaktadır.

Gazetede Yer Alan Metinlerin Dil Özellikleri

Haber Yazıları ve Dil Özellikleri

Haacke (1962) basın dilinin etkisi fikirlerinin etkisinden çok fikri ifade eden kelimelerin etkisinden gelir (s. 16) diyerek basında dilin doğru ve etkili kullanımına dikkat çeker. İlk işlevi haber verme olan gazete toplumun olabildiğince büyük kesimine seslenerek sosyal, politik, kültürel, iktisadi, magazin ve spor başta olmak üzere hayata ve insana dair her konuyu kapsayan içeriğe sahiptir. Gazetenin birçok tanımı vardır. Atatürk'ün milletin sesi olarak değerlendirdiği gazete, Arthur Miller'e göre ulusun kendisiyle iletişim kurması, Ziya Gökalp'e göre her gün halkın ayağına giden canlı bir okul, M. Nuri İnuğur'a göre olaylardan halkı sürekli haberdar ederek kamuoyunu düzenleyen, otoriteyi uyaran, ele aldığı konular yönüyle uğraş alanı sınırsız olan yayın organıdır (Bülbül, 2001, s. 13-17).

Gazeteyle ilgili tanımlamalar incelendiğinde gazetenin toplumun büyük kesimlerinin gündelik uğraşısını oluşturan konularla ilgili haber alma güdüsünü karşılayan, işlevi yönüyle çoğu kişinin ilgisini çeken ve dili yönüyle de kendine özgü bir dil kullanımıyla halkın genelinin anlayabileceği bir anlatıma sahip olduğu anlaşılmaktadır. Gazetenin asıl görevi haber vermektir. Bu nedenle doğal olarak gazete içeriğinde en çok haber yazıları yer alır. Arapça kökenli haber sözcüğü Güncel Türkçe Sözlükte "1. İsim, Bir olay, bir olgu üzerine edinilen bilgi; çav (I), selen. 2. İsim, İletişim veya yayın organlarıyla verilen bilgi. 3. İsim, bilgi. 4. isim, eskimiş, dil bilgisi: yüklem." (Türk Dil Kurumu, 2023) anlamlarında kullanılmaktadır. Gazete gibi haberin de birçok tanımı yapılmaktadır. Bu tanımlar çoğunlukla birbirini tamamlayan farklı bakış açılarından ve odaklanılan farklı noktalardan kaynaklanmaktadır. Genel bir tanımla haber, insanların ilgisini çekebilecek herhangi bir olay veya durumla ilgili, belirli bir formatla ve mümkün olduğu kadar gerçeğin aslına sadık kalınarak okuyuculara bilgi vermeyi amaç edinen yazı türüdür. Bu açıklamada belirli formatla kastedilen şey haber konusunun seçiminden yazımına kadar bütün aşamalardaki süreçlerin ortaya koyduğu zorunluluklardır. Bu bağlamda bir haberin sahip olması gereken özellikler ile yazımında dikkat edilmesi gereken özellikler öne çıkmakta ve bu dikkatler haberin formatını oluşturmaktadır. Bunlar arasında haberin

5N-1K'ye göre yazılması, haber yazım teknikleri ve haberin sahip olması gereken yazım, anlatım ve üslup özelliklerine dikkat çekmek gerekmektedir. Örneğin haber yazımında 5N-1K (kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden?) soruları haberin içeriğinde neyin yer alıp yer almayacağının sınırlarını belirlemektedir. Bu bağlamda bir dilin sunduğu imkânlarla gerçekleştirilen habercilikte başarıyı sağlayan en önemli faktörlerin başında dil gelmektedir. Cümle yapısının doğru kurulması; söz varlığının çeşitliliği, doğru anlamda ve doğru yerde kullanılması; yazım, noktalama ve dilbilgisi kurallarına bağlılık ve anlatımda duruluğun, kesinliğin ve etkileyiciliğin sağlanması, haberin bütününde fiillerin doğru zamanla çekimlenmesi, sıfat ve zarfların doğru seçimi ve kullanımı muhabir ve editörlerin en önemli görevlerindendir. Anlatımın karmaşık, ifadelerin muallak, cümle kurgusunun yetersiz, yazım ve noktalamanın yanlış olduğu bir haber metninin amacına hizmet etmeyeceği çok açıktır. Bu nedenle iyi bir haber metni genel okuyucunun rahatlıkla anlayabileceği yalın ve kesin ifadelerle kurgulanmalı ve dil bütün unsurlarıyla doğru kullanılmalıdır. Bu duruma dikkat çeken Çomak (2004) da kullanılan dilin haberin önemini ve değerini tanımladığından "duruma" "koşullara" "ortama" göre dil kullanılması ve anlatım ile sözcük seçimine dikkat edilmesi gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca haber dilinde, yalınlık, duruluk, anlamca uygunluk, açıklık ve dilbilgisi kurallarına uyum olmalıdır. Eş anlamlılık, tekrar, dalgalanma, kısaltma, tutumluluk, aynı anlama gelen sözcüklerin kullanımı, aynı görevi üstlenen eklerin kullanımı, noktalama imlerinden kaynaklanan kapalı anlatım, süslerden arındırılmamış sanatlı (benzetme, kinâye, cinâs, tevriye,...) anlatım, sözcüklerin yanlış anlamda kullanılması, deyimlerin ve atasözlerinin yanlış kullanılması gibi dil kullanım hataları olmamalıdır (s. 48). Bülbül (2001) de gazete içeriklerini oluşturan her bir kategorinin kendine özgü bir dil ve söyleme sahip olduğunu belirterek sıfatların ve zarfların doğru yerde kullanımı ile anlatımda doğru zamanın seçiminin oldukça önemli olduğunu vurgulamaktadır (s. 198-199). Ülkemizde gazeteciliğin ilk dönemlerinde muhabirlik geleneğinin olmaması ve haberlerin tercüme ve duyum vasıtasıyla kaleme alınması –miş'li geçmiş zaman kullanımını yaygınlaştırmış olsa da daha sonraları gazetecilik mesleğinin gelişmesi ve muhabirliğin haber üretim sürecinde yaygın kullanımıyla -di'li geçmiş zamanın kullanımını yaygınlaşmıştır (Kayacan, 2023, s. 201). Bu gereksinimlerin yanında duyulan/öğrenilen geçmiş zamandan bilinen/görülen geçmiş zamana geçiş haber yazılarının destekleyici unsurlarının çoğalması, teknolojik gelişmelerin içeriğin daha somut aktarılabilmesine yaptığı katkılar ve bunlar sonucunda haber metninin anlam bağlamında bir kesinlik taşıması gerektiğine duyulan ihtiyaçtan ortaya çıktığı söylenebilir.

Haber yazımında uygulanan 5N+1K kuralı haber metninin içerisinde hangi bilgilerin yer alıp yer almaması gerektiğine işaret etmenin yanı sıra cümle kurgusuna da göndermede bulunur. Örneğin habere konu olan öğe "ne" unsuru bir haber metninde yer almak zorundadır. Bu yönüyle cümlede yargıyı oluşturan yüklem görevini üstlenir. Ya da haber metnine konu olan yargının gerçekleşmesini sağlayan "kim" sorusu özneye karşılık gelir ve cümlede habere konu olan olay ya da durumu gerçekleştiren açık veya örtük, gerçek veya sözde bir özne olmak zorundadır. "Ne zaman", "nasıl" ve "neden" soruları ise olayın gerçekleşme zamanını, gerçekleşme durumunu ve niçin gerçekleştiğini belirlediği için zarf tümlecine karşılık gelmektedir. Ayrıca "nerede" sorusu olayın gerçekleştiği yeri belirttiğinden yer tamlayıcısı görevini üstlenmektedir. Bu bakımdan haber metninin dilinin açıklık, sadelik ve kesinlik unsurlarını sağlaması bakımından bu soruların cevapları oldukça önemlidir. Haber metinleri de düşüncelerin ve olguların aktarımına dayanan diğer metinler gibi giriş, gelişme/gövde ve sonuç bölümlerinden oluşmaktadır. Haber metninde karşılık bulması gereken bu altı sorunun haber metninin hangi bölümünde yer alması gerektiği de önemli bir sorundur. Bu durumla ilgili kesin bir kabul olmamasına rağmen çeşitli haber yazım tekniklerine göre değişim gösterse de genellikle soruların cevabı giriş bölümünde ya da "ne, ne zaman, nerede" soruları giriş, diğer sorular gövde bölümünde yer almaktadır.

Haber yazımıyla ilgili diğer bir önemli konu da bu soruların hangilerinin bir metinde yer almasının kesin olarak gerektiği konusudur. Bir haber metninin en az ilk dört soruya (kim, ne, nerede, ne zaman?) cevap vermesi gerekmektedir (Güz, 2005, s. 60). Girgin (2001) de bir haber metninin bütünlüğüne dikkat çekerek bu altı sorunun tamamının da cevabının metinde yer almaması halinde haber bütünlüğünden söz edilemeyeceğini ifade etmektedir.

Haber yazımında gazetecinin dil ve üslubuna yönelik tek bir iletişim dili ve buna bağlı olarak tekdüzelik yoktur. Futboldan siyasete, savaştan magazine, cinayetten aşka birçok gelişme aynı haber diliyle yazılamaz. Aynı türden haberlerde bile iletişimcinin dili kullanım ve üslup bakımından esnekliği söz konusudur. Bu durum gazetecinin dili kullanmada yeterlik ve özgünlüğüne bağlıdır. Ayrıca bu durum dil kullanımında dikkat edilmesi gereken dilin basit, somut ve canlı olması ilkelerinden uzaklaşması anlamına da gelmez (Gaillard, 1991, s. 92-93).

Bir haber metnini anlatım özellikleri bakımından değerlendirdiğimizde açık, sade ve anlaşılır olma özelliklerine sahip olması gerekliliği öne çıkmaktadır. Bu bağlamda açıklık cümlenin anlamının okuyucular için belirgin olmasını ifade eder. Cümleler farklı anlamlar içermemeli, bütün okuyucular aynı ya da yakın anlamları çıkarmalıdırlar. Dilin sade ve anlaşılabilir olması ise Türkçenin kullanımındaki sadelik ve güzelliğin yazım dilinde kullanımına denk gelir. Cümleler kısa ve en yalın haliyle seçilmeli, çoğunluğun anlamını bilemeyeceği kelimelerin kullanımından kaçınılmalıdır. Haber özü itibariyle bir kurgusal metindir fakat teyit edilebilir bilgiye dayanarak gerçeğe ayna tutar. Bu nedenle bir edebi dilin ulaşmaya çalıştığı anlatım zenginliği ve sanatsal üsluba sahip olmayı amaçlamadığı gibi gündelik dil anlatımının basitliğine de indirgenmemesi gerekir. Bir haber metni her ne kadar sanatsal bir seviyeye ulaşmayı amaçlamasa da bir tür olarak kültürel, mesleki ve dil-anlatım özellikleriyle mümkün olabildiği kadar iyi yazılmalıdır.

Gazetede Yer Alan Diğer Metinler ve Dil Özellikleri

Yazılı basın içeriklerinde haber yazılarının yanında edebiyat, gazetecilik ve diğer sosyal bilimlerin bilgi ve pratiklerinin sonucu ortaya konmuş kurgusal veya öğretici nitelikli yazınsal türler de yer almaktadır. Bunlar arasında fıkra (köşe yazısı), makale, röportaj, söyleşi (sohbet), deneme, gezi yazısı, tenkit, polemik vb. yazım türleri sayılabilir. Öğretici yazınsal türlerin yanında olay kurgusuna dayanan yazınsal türler ile günlük yaşamdan ilgi çekici ve eğlendirici içerikleri sunan resimli roman, tefrika, fal, bulmaca ve magazin olayları gibi diğer yazınsal türler de gazetelerde yer almaktadır. Bu yazınsal türlerin gazete içeriklerinde gruplandırılmasıyla ilgili Lüger (1995)'in "amaç" merkezli çalışmasına atıfta bulunan Yıldız (2012) yazılı basında yer alan metinleri okuyucunun ilgisini çekmeye ve etkilemeye çalışan metinler (okuyucunun dikkat ve ilgisini çekmeye çalışarak etkileme amaçlı özel görsel araçlar kullanılır), bilgi ağırlıklı metinler (haber, röportaj…), fikir ağırlıklı metinler (yorum, eleştiri, mülakat…), yönlendirici metinler (bakış açısı veya görüşün kabulü ya da reddine yönlendirme), talimat verici metinler (kullanım talimatları, nasihatlar, tavsiyeler…) olmak üzere beş kategoriye ayırmaktadır. Ayrıca yazılı basında yer alan bir metnin basın diline ait olması için redaksiyondan geçmesi gerektiğini (s. 23-24) belirtmektedir. Redaksiyondan geçmeyen yazım bölümleri (örneğin karikatür, reklam metni, çizgi roman, tablo…) yazılı basın diline ait yazım türleri olarak değerlendirilmemektedir.

Yazılı basın içeriğinde yer alan metin türleri değerlendirildiğinde gazete çevresinde gelişen öğretici metinlerin biçim, dil ve üslup özellikleri hakkında bazı değerlendirmelerde bulunabilir. *Deneme;* özgünlüğün, bilgi birikiminin, deneyim ve anlatım becerilerinin öne çıktığı bir yazınsal türdür. Yaratıcı, akıcı ve ilgi çekici bir anlatıma sahip olması gereken deneme hemen hemen her konuda yazılabilir. Yazar kişisel düşünceleri ve izlenimlerini kendisiyle konuşuyormuşçasına kanıtlama ve kesin bir sonuca ulaşma gereği duymadan akıcı, ilgi çekici ve samimi bir anlatımla ele alır. Temel öğesi fikir olan *makale*, yazarın uzmanlık alanıyla ilgili kesin bilgileri aktardığı ve anlatım yönüyle nesnel ve kesin ifadelerin yer aldığı bir yazım türüdür. Bu nedenle öğretici bir yazı olan makalede yalın ve nesnel bir dil kullanılır. Bilgi ve kişisel görüşü bir arada bulunduran fıkra *(köşe yazısı)* ise nesnel ve öznel anlatımı barındırmakta bu yönüyle makale ile deneme arasında bir yerde durmaktadır. Güncel konularda kısa ve anlaşılır cümlelerle okuyucuyla sohbet ediyormuş gibi samimi bir üslupla yazılan ve görüşlerin kanıtlama amacı taşımadan bir sonuca ulaştırıldığı fıkra yazım türünde yazarın güncele yönelik düşüncelerini aktarması ön plandadır. Doğal bir dilin kullanıldığı köşe yazılarında gündelik konuşma diliyle deyim ve yer yer nükteli anlatımlara da yer verilir. Gazete yazım türleri arasında yer alan *eleştiri/tenkit* konuyla ilgili değerlendirmede bulunabilecek kadar bilgili veya uzman sayılabilecek özelliklere sahip kişilerin olumlu veya olumsuz değerlendirmelerinden oluşmaktadır. Çoğunlukla sanatsal ürünlerin değerlendirmesine dayanan bu tür, politik bir yaklaşımdan ekonomik politikalara kadar geniş bir yelpazede yazılabilir. Dil ve anlatım yönüyle ikna edici bir retorikle belirli ölçütlerin rehberliğinde nesnel veya kişisel değerlendirmelere dayanabilir. Ayrıca eleştiriye konu olan eser okura ve sanatçıya kılavuzluk yapacağından yalın bir dille tanıtılır ve değerlendirilir.

Gazete yazım türleri arasında değerlendirilen röportaj, mülakat ve söyleşinin bir edebi tür olmanın ötesinde basındaki kullanımıyla ilgili alan yazında açık ve belirgin sınırları ve işlevleri belirlenememiştir. *Röportaj,* bilgi edinmeye yönelik özel bir hazırlık gerektiren bir tür olmasından kaynaklı haber yazısıyla çoğu zaman bir arada değerlendirilmektedir. Bunun yanında habere göre gözlemin öne çıkarılması ve sorular üzerinden daha fazla detaya ulaşma amacı iki türün önemli farklılıkları olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca haber zamana bağlı ve güncele yönelik bir aktarımken röportaj olaya tanıklığın aktarılmasıdır. Röportajda kısa cümleler ve diyaloglarla anlatım canlı hale getirilir ve çoğunlukla birinci kişinin ağzından yazılır. Bu yazım türünün diğer bir önemli avantajı ise birinci kişinin tanıklığıyla yazıldığından açıklayıcı, öyküleyici, betimleyici ve tartışmacı anlatım biçimleri bir arada kullanılabilir. Sağlamöz (2008) röportaj türünün günümüzdeki kullanımında görsel kullanımının artmasının dil ve anlatımda kişi tasvirleri ve betimlemelere

daha az yer verilmesine neden olduğunu belirtmektedir (s. 88). Çoğu zaman röportajla karıştırılan *mülakat,* bir konuyla ilgili bir kişiyle konuşma ve o konunun dışına çıkmadan, gözlem ve kişisel görüşleri yansıtmadan sorular yöneltme ve alınan cevaplardan oluşmaktadır. Bu yönüyle haber alma yönteminin temelidir. Röportaj daha geniş bir alana karşılık gelerek içerisinde mülakatı da barındırmaktadır. Röportaj birden çok kişiyle yapılabildiği gibi görüşme yapmadan da gerçekleştirilebilir ve detaylara ulaşma çabasındadır. Mülakat ise konuyla ilgili görüşülenle, konu dışına taşmadan ve ayrıntılara odaklanmadan yapılır. *Söyleşi (sohbet)*, mülakatın sohbet biçiminde gerçekleştirilmesidir. Yazarın kişisel düşünceleri öne çıkarılır ve okuyucuyla karşılıklı konuşuyormuş gibi samimi bir üslupla yazılır. Habercilik açısından mülakat yönteminin kullanımı daha uygundur (Girgin, 2004a, s. 40-50; Girgin, 2004b, s. 23-26).

Gazete içerisinde ilk dönemlerde bir roman veya yazının bölümler halinde yayımlanmasından oluşan *tefrika* eserlerin bugün için gazetelerde yer almadığı görülmektedir. Kişisel hayatı konu alan öğretici metinlerden *gezi yazısı* yazarın gezip gördüğü yerlerle ilgili bilgiler verdiği ve izlenimlerini aktardığı, haber metni ile ilişkilendirilen diğer bir türdür. Bilgi ve izlenimlerin çoğu zaman destekleyici unsurlarla (görsel, video vb.) birlikte oluşturulduğu bu tür basının öğretme, kültürlendirme ve eğlendirme gibi birçok işlevini yerine getirmektedir.

Haber yazıları dışında kalan bu yazım türleri dil yönüyle genel olarak değerlendirildiğinde kısa cümlelerin tercih edilerek yalın bir dille açık ve anlaşılır bir anlatım tarzının benimsendiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda gazete içerisinde yer alan diğer metinlerin haber yazılarıyla dil ve anlatım bağlamında ortaklaştığı görülmektedir.

Gazetelerde yer alan yazım türlerinin günümüzde çeşitliliğini kaybederek sadece haber ve röportaj ağırlıklı yazı türlerinin yer almasıyla ilgili Sağlamöz (2008) geçmişte kitap basımının yaygın olmamasından kaynaklı gazetenin edebiyata dair ucuz ihtiyacı karşılama çabası olduğuna değinir (s. 79). Konu Türk basını bağlamında değerlendirildiğinde bu tespitin yanında başka olguların varlığına da değinmek gerekir. Türk yazılı basınının gelişiminde edebiyat kökenli gazetecilerin etkin rol aldığı bilinmektedir. Bu durum ilk gazetelerde edebiyat ağırlıklı zengin bir anlatımın yanında metin türlerinin çeşitliliği ve anlatım zenginliğinde de etkili olmuştur. Bu bağlamda teknolojiye de ayrı bir başlık açmak gerekir. Yazılı basın dili yazı ve görselliğe dayalı bir dildir. Geleneksel basından yeni medyaya evirilen bir süreçte görsel araçların kullanımının kolaylığı görselliğin zenginleşmesine sözün ise sınırlarının daralmasına neden olmuştur.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Etkileyici ve ikna edici bir retoriğe göre kurgulanan basın dili; haberin başlığı, içeriği ve bütün bölümlerinden sayfa biçimlendirmesi ve düzenine kadar kendine özgü bir kurgu ve söyleme sahiptir. Bu dil içeriği, inşası ve kullanımıyla hem yazı dilinden hem de konuşma dilinden faydalanır fakat bunların her ikisine de ait olmaz. Standart bir Türkçeye dayanması, yazı dilinin kurallarına bağlı olması, yöresel bir anlatımdan uzak ve belirli bir kültürel birikime dayalı olması gerekliliği basın dilini konuşma dilinden farklılaştırır. Amacı okuyucuya var olan durum ve olaylarla ilgili gerçekliği en yalın haliyle aktarmak olan basın, dilini olabildiğince sade ve anlaşılır kılmakta, edebi dilin ulaşmaya çalıştığı zengin anlatım ve kurmacayı kendisine amaç edinmemektedir.

Osmanlı'da Tanzimat Dönemi'yle yayımlanmaya başlayan ilk gazetelerin halk tarafından anlaşılmak, halkı eğitmek ve kültürlendirmek gibi önemli amaçları olduğundan dil ve içerik konusu yazar kadrosunun üzerinde fikir yürüttüğü, özenle yaklaştığı önemli bir başlık olmuştur. İlk dönem gazete yazarları arasında döneminin önemli edebiyat ve fikir insanlarının bulunmasının da bu özene katkı sunduğu söylenebilir. Ayrıca dönemin matbuat hayatı dikkate alındığında bilgi kaynağına ulaşmaktaki zorluklar, kitap basımlarının sınırlı olması, Osmanlı'da nesrin bile şiirsel bir anlatımla kurgulanması, okuyucu ihtiyaçları veya diğer birçok sosyal gerçekliğin gazetecileri dil ve içerik konusunda yeni bakış açılarına ve yaklaşımlara yöneltmiştir. Bu bağlamda dilde sadeleşme ve okuyucuların anlayabileceği standart bir dilin basında teşekkülü mesleki, sosyal ve siyasal gerekçelerden ortaya çıkmıştır.

Osmanlı'da başlayan bu durum Cumhuriyet'in kurulmasıyla birlikte bütünlüklü bir devlet politikasına dönüşmüş ve Türk basını dil yönüyle hedeflenen düzeye doğru hızlı bir ilerleyiş göstermiştir. Bu hızlı ilerleyişin sağlanmasında cumhuriyetle birlikte inşa edilen sosyal, siyasal ve kültürel alanlarındaki yenilikler de katkı sağlamıştır. Alfabenin değişmesi, eğitim alanında yapılan reformlar, Mustafa Kemal Atatürk'ün basına ve Türk diline verdiği önem bu yeniliklerin somut izdüşümleridir.

Türk basın hayatında her dönemin kendine özgü zorlukları olsa da basın dili 20. yüzyılın son çeyreğine kadar sürekli bir gelişim göstermiştir. Ancak 1970'lerden sonraki dönemde gazetelerde yer alan

metinler dil anlatım becerileri, içerik ve tür zenginliği bakımından gerilemeye başlamıştır. Özellikle 2000'li yılların başlarında bilgisayar teknolojileri ve internetin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan dijitalleşme sonucunda yeni medya araçlarının kullanımıyla birlikte gazetecilik pratiklerinin dönüşümü ve çeşitlenmesi gerçekleşmiştir. Bu dönüşüm ve yeni pratikler arasında matbu gazetelerin içeriklerini internete aktarması, bireysel gazetecilik faaliyetleri ile sosyal medyanın gazetecilik faaliyetlerinde kullanılması örnek olarak verilebilir. Bunlar aynı zamanda basın dili bağlamında da önemli değişimlere neden olmuştur. Bu değişiklikler her ne kadar matbu basımı yapılan gazetelerin dijitalde yer almasında etkisini çok fazla göstermese de dijitalleşmenin etkisiyle ortaya çıkan yeni gazetecilik faaliyetlerinde -sosyal ağlar üzerinden yapılan gazetecilik, sadece dijitalde yayın yapan gazetecilik, yurttaş gazeteciliği vb.- yeni bir dil ve anlatım biçimi ortaya çıkarmıştır. Haberlerde gündelik dile yakın sade bir dilin ortaya çıkması, çoğu zaman genel dil kurallarına uyumsuzluk, yeni dil unsurlarının –emoji, hastagh kullanımı- ortaya çıkması, kabalaşma, yeni kelime ve kavramların kullanımda yaygınlaşması, hipermetinsellik öne çıkan dilsel değişimlerdir. Bu yeni medya araçlarının dile etkisi ve ortaya çıkan yeni dil kullanım biçimlerinin daha derinlikli değerlendirilebilmesi için bu konu üzerine odaklanan daha kapsamlı çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca bu çalışmalarla birlikte dijitalde etkili ve doğru bir basın dilinin çerçevesinin çizilebilmesi için yeni dil kullanım biçimleri ve kurallarının dilbilimsel bağlamda konunun uzmanları tarafından tartışılması ve gerekli görülmesi halinde yeni kullanımların belirli bir çerçevede değerlendirilmesi önem arz etmektedir.

Gazetelerde yer alan metinlerin dil olarak sahip olması gereken özellikler üslup ve anlatım yönüyle haber yazıları ve diğer metin türleri arasında çeşitli farklılıklar içerse de sadelik, kısa cümlelerin seçimi, açıklık ve anlaşılabilirlik unsurlarına sahip olması gerekmektedir. Ayrıca bu metinlerin yazı dilinin sahip olması gereken dilbilgisi ölçütlerine uygunluk, yazım ve noktalamanın doğru kullanılması, cümle kurgusu ve dilsel öğelerin doğru biçimde ve doğru yerde kullanımı da basın dili açısından oldukça önemlidir.

Basın diliyle ilgili diğer önemli bir nokta da bu dilin okuyucular için örnek bir dil kullanış seti sunması ve okuyucuların dili kullanış biçimlerini önemli ölçüde etkilemesidir. Bu nedenle gazetelerin ilk dönemlerinde yoğun olarak rastlanan edip bulundurma gerekliliği ile dil ve anlatım konusuna gösterilen azami özenin bugün için tekrar canlandırılması Türk basını açısından oldukça önem arz etmektedir. Ayrıca okullarda seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersinin basın dili açısından belirli bir farkındalık oluşturabilmesi için içerik ve uygulamada gerekli çalışmaların yapılması da önemlidir. Dil kullanımı yönüyle görece diğer iletişim araçlarından daha pozitif ayrışan gazetelerin basın dili bağlamında daha özenli ve birikimli içerikler üretebilmeleri kültürel, sosyal ve siyasal hayatımızın gelişimine daha fazla katkı sunacaktır.

Etik Beyan

"Türk Basını Bağlamında Gazete ve Dil İlişkisi" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Çalışma etik kurul izni gerektirmeyen bir çalışmadır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Assessing the Influence of Energy Efficiency Guide Label on Consumers' Purchasing Decisions for Household Refrigerating Appliances*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. Ethics Committee Permission is not required

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Abalıoğlu, Y. N. (1934, 01 01). *Cumhuriyet egazete.* Cumhuriyet Gazetesi: https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1934-01-01/0 adresinden alındı

Ahmet Mithat, E. (1872, Mayıs 31). Bir Varakacık. Basiret.

Aksan, D. (1998). *Her yönüyle dil–ana çizgileriyle dilbilim.* Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.

Alpay, A., Belge, M., & Tavlı, B. (2019, Aralık). İnternet ve sosyal medya Türkçe'yi nasıl etkiliyor? (İ. Omay, Röportaj Yapan) Eylül 10, 2024 tarihinde https://www.habervesaire.com/internet-ve-sosyal-medya-turkceyi-nasil-etkiliyor/ adresinden alındı.
Argunşah, M. (2012). Ahmet Mithat Efendi'nin Türkçenin sadeleşmesiyle ilgili görüşleri. *Electronic Turkish Studies*, 1-12 7(4).
Aslan, E. (2019). Twitter'da dil kullanımları üzerine bir inceleme. *The Journal of Academic Social Science*, 52(52), 148-160.
Bell, A. (1991). *The language of news media* . Oxford: Blackwell.
Berkes, N. (2002). *Türkiye'de çağdaşlaşma.* (A. Kuyaş, Dü.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
Büyükbingöl, A. (2021). *İnternet ortamında serbest gazetecilik -yeni fırsatlar, etik sorunlar, alternatif durumlar-.* İstanbul: Urzeni Yayınevi.
Bülbül, R. (2001). *Haberin anatomisi ve temel yaklaşımlar.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
Can, A. (2003). Basın dili. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(5), 32-39.
Çomak, N. A. (2004). Kitle iletişim araçlarında dil kullanımı . *Selçuk İletişim*, 3(2), 41-49.
Gaillard, P. (1991). *Gazetecilik.* (M. S. Şakiroğlu, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
Girgin, A. (2001). *Türk basın tarihinde yerel gazetecilik.* İstanbul: İnkılap Yayınevi.
Girgin, A. (2004a). Röportaj-mülakat-söyleşi (Bölüm I). *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(19), 39-53.
Girgin, A. (2004b). Röportaj-mülakat-söyleşi (Bölüm II). *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(20), 23-28.
Güllüdağ, N. (2012). Yazılı ve görsel basında dil estetiği. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 49-58.
Gülmez, M. (2013). *2. Abdülhamid dönemi (1876-1908) basınının dili.* Konya: Yayımlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
Güz, N. (1988). Harf inkılâbı ve basına etkileri. *GÜ Basın-Yayın Yüksekokulu Dergisi*(10), 89-117.
Güz, N. (1989). Atatürk ve basın. *Atatürk'ün 50. Ölüm Yıldönümü Anma Konferansları* (s. 61-78). Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
Güz, N. (2005). *Haberde yönlendirme ve kamuoyu araştırmaları.* Ankara: Nobel Yayınevi.
Haacke, W. (1962). Die sprache der massenmedien. *Publizistik*, 15-22.
Kahya, H. (2008). Cumhuriyet dönemi gazete haber dili üzerinde istatistiksel bir araştırma (Cumhuriyet Gazetesi örneği). *Journal of International Social Research*, 1(4).
Kayacan, E. S. (2023). Takvîm-i Vekâyî Gazetesi'nin haber dili. *Takvim-i Vekayi*, 11(2), 196-265.
Kocabaşoğlu, U. (1981). *1919-1938 Dönemi basınına toplu bir bakış.* Ankara: AÜ SBF Basın–Yayın Yüksek Okulu Yıllığı, 95-127.
Koloğlu, O. (1992). *Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de basın.* İstanbul: İletişim Yayınları.
Korkmaz, Z. (1992). *Gramer terimleri sözlüğü.* Ankara: TDK Yayınları.
Levend, A. S. (2010). *Türk dilinde gelişme ve sadeleşme evreleri* (4 b.). Ankara: Dil Derneği Yayınları.
Logan, R. K. (2008). The medium is the message is the content: Meaning, media, communication and information in biosemiosis and human symbolic communication. *Explorations in Media Ecology*, 7 (3) 213-224.
Lüger, H. H. (1995). *Pressesprache,* Tübingen: Niemeyer.
Okyar, F. (1980). *Üç devirde bir adam, (Haz. Cemal Kutay).* İstanbul: Tercüman Yayınları.
Özarslan, E. (1987). Yenileşme, batılılaşma, çağdaşlaşma, modernleşme, tekâmül, terakki hareketleri içinde (1800-1875) gazetenin rolü . *Kubbealtı Akademi Mecmuası*, 4, 50-54.
Özarslan, E. (2013). Basın dili üzerine bazı dikkatler. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 37, 251-267.
Özçetin, B. (2018). *Kitle iletişim kuramları: Kavramlar, okullar, modeller.* İstanbul: İletişim Yayınları.
Özerkan, Ş. (2002). Medya, dil ve ideoloji. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(12), 63-76.
Özsoy, S. (1996). Kitle iletişim araçları, dil ve anadili öğretimi üçlemi. *Dilbilim Araştırmaları Dergisi*, 7, 216-229.
Öztuna, Y. (1983). *Büyük Türkiye tarihi-başlangıcından zamanımıza kadar* (Cilt XI). İstanbul: Ötüken Yayınevi.
Sağlamöz, G. (2008). *Basın dili.* Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kırkıncı Yıl Kitaplığı.
Sarıkaya, B. F. (2023). Sosyal medyada dil kullanımı: Emojiler sayesinde hızlı iletişime geçiş. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(5): 663-677.
Saussure, d. F. (2001). *Genel dilbilim dersleri.* (B. Vardar, Çev.) İstanbul: Multilingual.
Tanpınar, A. H. (1988). *19 uncu asır Türk edebiyatı tarihi* (7 b.). İstanbul: Çağlayan Kitabevi.
Tansel, F. A. (1960). *Şinasi: Makaleler külliyatı 4.* Ankara: Dün-Bugün Yayınevi.
Türk Dil Kurumu. (2023). *Türk Dil Kurumu sözlükleri: Güncel Türkçe sözlük.* Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
Tokgöz, O. (1981). *Temel gazetecilik.* Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'dan holdinglere Türk basın tarihi.* İstanbul: Remzi Kitabevi.
Tütengil, C. O. (1980). 1927 yılında Türkiye. *Atatürk'ün Büyük Söylevi'nin 50. Yılı Semineri Bildiriler ve Tartışmalar* (s. 55-90). Ankara: TTK Basımevi.
Yağbasan, M., & Demir, Ü. (2007). Basın dili ve gazete manşetlerinin dilbilimsel analizi. *Humanities Sciences, 3(1)*, 114-127.
Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (Güncellenmiş 12. b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
Yıldız, C. (2012). Yazılı basında kullanılan metin türleri ve konu dağılımları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 19-53.
Yılmaz, D. (1992). Türkiye'de gazetecilik dilinin doğuşu. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi(1-2)*, 171-176.

Yolcu, F. (2024). Youtube gazeteciliği: Türkiye'deki ilk örnekler üzerinden kavramsal ve karşılaştırmalı değerlendirme. *6. Uluslararası Anadolu Bilimsel Araştırmalar Kongresi* (s. 778-784). Konya: IKSAD Publications.

Yurdigül, Y., & Zinderen, İ. E. (2012). Yeni medyada haber dili (Ayşe Paşali olayı üzerinden geleneksel medya ve internet haberciliği karşılaştırması). *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2(3), 81-91.

EXTENDED ABSTRACT

Communication studies have developed by being nourished by the theoretical infrastructure of many disciplines. One of these branches of science is linguistics. Mass media make use of language while performing their functions and reshape the language according to their own use. For this reason, language studies are also very necessary for communication studies. This language, defined as the language of the press, has a unique format. This format emerges from the professional obligations of journalism as well as the format and stylistic features of news and other texts in newspapers. In this study, the language and expression of the news and other texts in newspapers are determined and the language of the press is explained. Additionally, from a historical perspective, the changes that Turkish journalism has experienced in terms of language from the Ottoman Empire to the present day are emphasized. As a method in the research, first a literature review was conducted regarding the research topic. Then, the information in the sources was examined with a descriptive approach and evaluations were made on the data obtained directly related to the research topic. In this way, the language of the press and the changes that Turkish journalism has experienced in the context of language have been tried to be explained. In addition, using the document analysis method, newspaper samples were directly consulted and the evaluations were supported. When the literature on the research topic is examined, it is seen that information regarding the conceptual explanation and characteristics of press language is not clearly presented. Previous studies on the subject of the research include Sağlamöz's study titled "Press Language" published in 2018, Özarslan's article titled "Some Attentions on Press Language" published in the Journal of Communication Theories and Research in 2013 and Bell's work "The Language of News Media", written in 1991, is a very important works that guides our research in terms of scope and content. Human beings have interacted and communicated with themselves and with those around them since the day they emerged as a being. The only element that enables this interaction is language. Language is more than just a means of communication, it is a means of revealing one's self and giving meaning to the whole existence. For this reason, in the historical development of humanity, both language has developed and the tools based on the use of language have become different and diversified. When we look at the general definitions about language, language is defined as a means of communication. In this definition, it is emphasized that language mediates the formation and transfer of emotions and thoughts. Language has both social and individual characteristics. It is a communication tool consisting of sound and images. Language is not only a tool used by those who try to make sense of an event or phenomenon, but also a teaching tool for those who try to make this event or phenomenon meaningful for others. Mass media take advantage of this aspect of language. The way to convey the news to the public in an accurate, understandable and impressive way is to use the language correctly and effectively. In this context, the concept of press language comes to the fore. Press language corresponds to the language used by mass media. This language has the characteristics of being clear, understandable, precise, short and simple. In this respect, it is somewhere between spoken and written language. It is similar to the language of daily life, but it is more attentive because it addresses a readership. It is not a literary language because the aim is not to reach the highest level of language and expression but to describe the truth in the closest form. When the historical changes in the Turkish press language are examined, one of the biggest obstacles to newspapers when they first appeared in the Ottoman Empire is the lack of development of a writing language suitable for newspapers. When we look at the language characteristics of the period, it is understood that even prose was created in a poetic language. It is seen that especially Arabic and Persian words and structures are used frequently in the written language. In this respect, the written language is neither suitable for the press language nor simple enough for the public to understand. As journalism begins to develop, it is seen that the simplification of the written language increases. Şinasi made significant contributions to the development of the press language in the "Tercüman-ı Ahval" newspaper, published in the Ottoman Empire in 1860. Important writers such as Namık Kemal, Mustafa Reşit Pasha, Said Pasha, Ahmet Cevat Pasha, Ahmet Mithat Efendi, Şemseddin Sami, Hüseyin Rahmi, Ahmet Rasim, and Mehmet Emin also made significant contributions to the simplification of the language. After the proclamation of the Republic, language simplification efforts turned into a state policy. It is seen that the newspapers of this period were written in standard Turkish that the public could understand in a short time. The adoption of Latin letters on 1 November 1928 and the opening of the Turkish Language Association on 12 July 1932

are important developments of this period. With the Republic, the use of Turkish words and structures in newspaper writing increased. This period is an important period in the development of the Turkish press language. Another feature of the Republican period is that the press has become both an ideological and educational tool in raising public awareness and creating culture. In order to achieve this goal, the language of newspapers must be easy and understandable for readers. In these cases, it contributed to the simplification of the press language. With the spread of computer technologies and the internet in the 2000s, new language uses and forms emerged. The transfer of journalistic practices to the digital environment and the emergence of many new journalistic practices also affected the press language. These new practices had important effects in terms of language; the emergence of a simple language close to everyday language, often incompatibility with general language rules, the emergence of new language forms, vulgarity, widespread use of new words and concepts, hypertextuality, etc. More comprehensive studies are needed to better examine the changes in this period. When the linguistic features of the text types in newspapers are evaluated, the concepts of newspaper and news must first be explained. The newspaper has content that provides as realistic information as possible about all events and situations that may attract human interest. The main duty of the newspaper is to provide news. News is the version of an event or situation that has been written down in a certain format, remaining as faithful to the original as possible. The features that make up the format of news articles include content, language and expression, and news production stages and techniques. News should answer the questions "what, how, why, where, when and who". The language should be clear, understandable, simple and fluent. Short sentences should be used in the narration and accuracy should be complete. News can be written with different techniques, but it consists of title, introduction, body and conclusion. In addition, the news must comply with the grammar and spelling rules, adjectives and adverbs must be used correctly and appropriately, and the verb conjugation must be done correctly. Not only news articles are included in newspapers, but also other texts such as columns, essays, interviews, and articles, most of which have developed as newspaper writing types. When these writing types are generally evaluated in terms of language, it is seen that short sentences are preferred and a clear and understandable style of expression is adopted in simple language. In this context, it is understood that the other texts in the newspaper share commonality with the news articles in terms of language and expression. As a result, the language of the press is structured with an impressive and persuasive rhetoric that aims to be simple and understandable rather than literary richness. With the emergence of newspapers in the Ottoman Empire, the necessity of simplifying the written language became evident and these studies formed the basis for the development of the press language. With the Republican period, the Turkish press accelerated its efforts to simplify and standardize the language, and the accuracy, clarity and simplicity of the language were prioritized. Another point to consider in the context of the relationship between newspapers and language is that newspapers and other mass media must pay close attention to language to ensure cultural and social development, as the press provides society with an exemplary set of language usage.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3

MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3

ISSN: 1694-7215

Research Paper / Araştırma Makalesi

Günümüz Türkiye'sinde Karikatüristlerin Basın Özgürlüğüne Yaklaşımı

Kubilay ÇELİK[1]

Öz

Bu makalede, 25 kadın ve 25 erkek karikatürcünün katılımıyla, günümüz Türkiye'sinde karikatürcülerin basın özgürlüğü, ifade özgürlüğü ve sansür konusundaki görüşleri ele alınmıştır. Çalışmada kullanılan veri toplama yöntemiyle katılımcılara, 30 sorudan oluşan açık uçlu bir anket uygulanmıştır. Bu sorular, karikatüristlerin sanatlarını ifade etme biçimlerini, sansürle karşılaştıkları durumları, basın özgürlüğüne dair düşüncelerini ve Türkiye'deki politik ortamı nasıl değerlendirdiklerini anlamayı hedeflemiştir. Her iki gruptaki katılımcılar da, sansürün ve basın özgürlüğü ihlallerinin giderek arttığını ve bu durumun yaratıcı ifade özgürlüğünü ciddi şekilde kısıtladığını belirtmişlerdir. Çalışmanın bir diğer önemli bulgusu, Türkiye'deki karikatürcülerin büyük çoğunluğunun sansür uygulamalarına karşı güçlü bir eleştirel tutum sergilemeleridir. Araştırmada, karikatürcülerin sansürle baş etme biçimlerinin çeşitliliği de göze çarpmaktadır. Her iki yaklaşımda da karikatürcülerin temel amacı, ifade özgürlüğünü savunmak ve sansürün yarattığı baskılara karşı durmak olduğu saptanmıştır. Bu çalışma, karikatüristlerin toplumsal eleştirinin ve özgür düşüncenin savunucusu olduklarını bir kez daha gözler önüne sermektedir. Türkiye'deki basın özgürlüğü ortamının giderek daraldığı bu dönemde bile karikatürcülerin, sansürle mücadele ve ifade özgürlüğü kapsamında kritik bir rol oynadığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Karikatür, Medya, Türkiye, Özgürlük, Sansür

Cartoonists' Approach to Freedom of the Press in Today's Turkey

Abstract

In this article, the views of 25 female and 25 male cartoonists on press freedom, freedom of expression and censorship in contemporary Turkey were investigated. An open-ended questionnaire consisting of 30 questions was administered to the participants using the data collection method employed in the study. These questions aimed to understand the cartoonists' ways of expressing their art, the situations in which they encountered censorship, their thoughts on press freedom, and how they assessed the political environment in Turkey. Participants in both groups stated that censorship and press freedom violations are on the rise and that this situation seriously restricts creative freedom of expression. Another important finding of the study is that the vast majority of cartoonists in Turkey display a strong critical attitude towards censorship practices. The study also highlights the diversity of cartoonists' approaches to dealing with censorship. In both approaches, it was found that the cartoonists' primary goal was to defend freedom of expression and resist the pressures created by censorship. This study once again demonstrates that cartoonists are defenders of social criticism and free thought. Even in this period when the environment for press freedom in Turkey is increasingly narrowing, cartoonists are seen to play a critical role in the fight against censorship and in the context of freedom of expression.

Keywords: Cartoon, Media, Turkey, Freedom, Censorship

Atıf İçin / Please Cite As:

Çelik, K. (2025). Günümüz Türkiye'sinde karikatüristlerin basın özgürlüğüne yaklaşımı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1101-1118. doi:10.33206/mjss.1711643

Geliş Tarihi / Received Date: 01.06.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 25.06.2025

[1] Dr. – Maltepe Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, kubilayc@gmail.com,

ORCID: 0000-0001-9832-4182

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

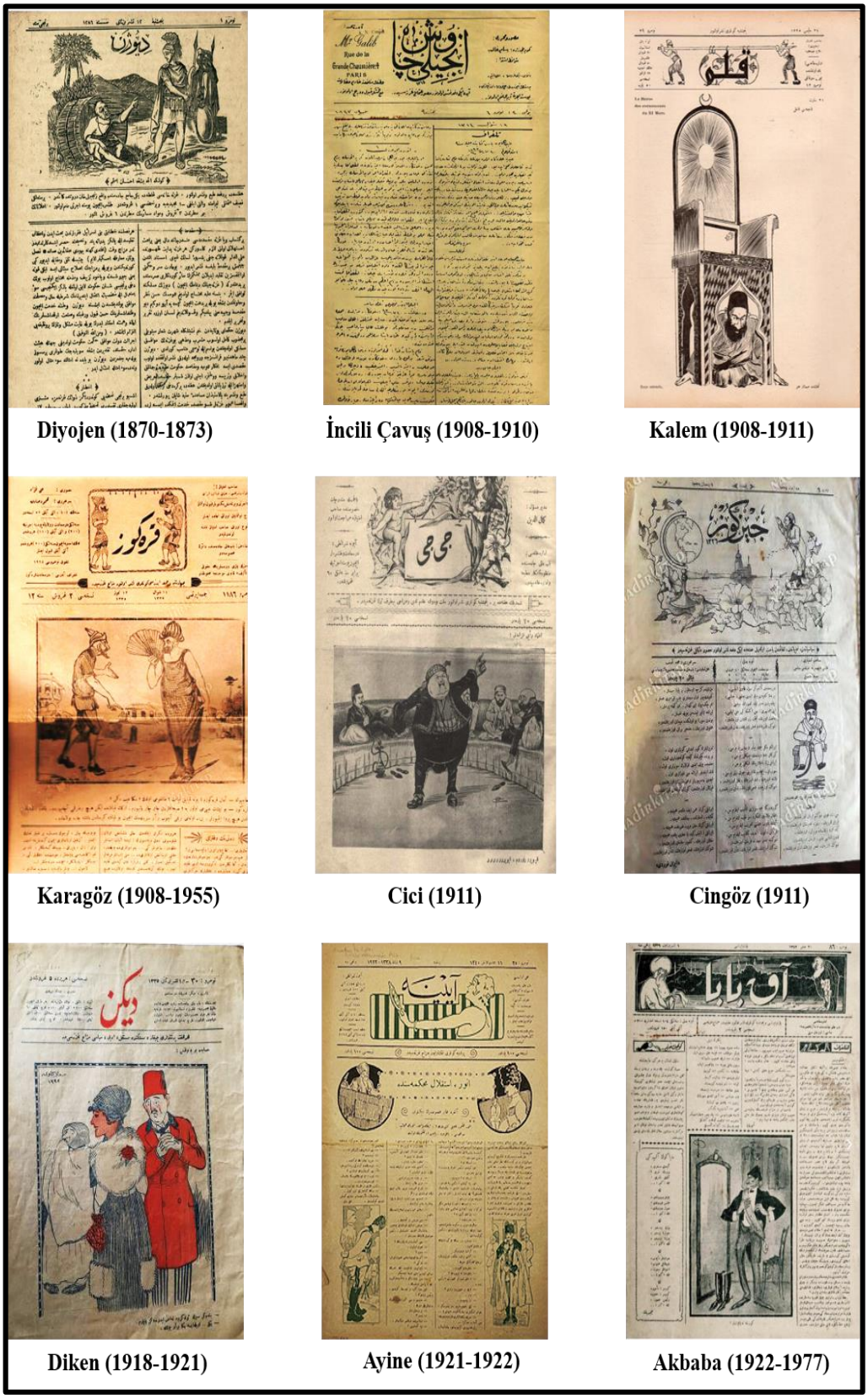
Günümüz Türkiye'sinde basın mensupları, toplumsal ve siyasal eleştirilerini ifade ederken, basın özgürlüğü ve ifade özgürlüğü bağlamında çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Öyle ki 2024 yılı verilerine göre; Türkiye dünyada basın özgürlüğü değerlendirilen 180 ülke arasında 158. sırada yer almıştır (*Türkiye, Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi'nde 158'inci Sıraya Yükseldi*, 2024). Benzer durum karikatüristler için de geçerlidir. Karikatür, tarihsel olarak insanların toplumsal sorunları mizahi bir dil aracılığıyla ele almasını sağlayan güçlü bir sanat formu (Pope, 2012, s.1) olmasının yanında, günümüzde muhalefet gücünün en keskin ve net olduğu alandır (Şahin, 2017). Ancak, özellikle siyasi iktidarların ve toplumsal güç odaklarının müdahaleleri, karikatüristlerin ifade özgürlüklerini kullanmalarını engelleyen önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Karikatür, insanlık tarihinin erken dönemlerine kadar uzanan, toplumu düşündürme ve eleştirme gücüne sahip bir sanat biçimidir (Pope, 2012, s.1). Gazetelerde ve dergilerde yayımlanan karikatürler, sadece halkı eğlendirmek için değil, aynı zamanda toplumsal eleştiriyi gündeme getirmek için de kullanılmıştır. Ancak, özellikle 20. yüzyıldan itibaren, siyasi otoritelerin ve güç sahiplerinin karikatür sanatçılarına karşı uyguladığı sansür, bu sanatın önündeki en büyük engellerden biri olmuştur. Benzer şekilde günümüz Türkiye'sindeki karikatüristler de ifade özgürlüklerini kullanarak toplumsal sorunlara dikkat çekerken, sürekli olarak sansür ve baskılarla karşılaşmaktadırlar (Özocak, 2011, s.286).

Karikatür sözcüğü, İtalyanca doldurma veya yükleme anlamına gelen *caricare* sözcüğünden türetilmiştir (Pope, 2012, s.1). Türkçedeki *mizah* kavramının batı dillerindeki karşılığının *humour* kelimesidir (Topuz, 1997, s.9). John Fiske de, göstergebilimsel açıdan karikatür tanımlamasını şöyle yapmaktadır: "Karikatürler, basit, doğrudan araçlar aracılığıyla zengin bir enformasyon taşımaya çalışan ileti örnekleridirler. Karmaşık gösterilenler için basit gösterenler kullanırlar." (Fiske, 1996, s.73). Uzmanlar, sözlü, yazılı, görsel, işitsel ya da performatif biçimlerde mizah aracılığıyla bir yandan eğlenceli ve rahatlatıcı, bir yandan da sorgulayan, yıkıcı ve güçlü kolektif karşı söylemler kurmanın mümkün olduğunu belirtmektedirler (Bakhtin, 2005, s.117; Morreal, 1997, s.48; Sanders, 2001, s.51; Hart, 2007, s.1-20). Eğlence karikatürlerinin temel amacı, iletişimsel mizahı görselleştirmektir. Modern Amerikan gazetelerinde fikir karikatürleri genellikle editoryal sayfalarda yer alırken, eğlence karikatürleri gazetenin farklı bölümlerinde bulunabilir. Bu tür yayınların ilk örneklerinden biri, 1830 yılında Fransa'da karikatürist ve gazeteci Charles Philipon (1806–1862) tarafından çıkarılan haftalık *La Caricature* dergisidir (Topuz, 1997, s.43). Osmanlı döneminde, basının gelişimi ve Avrupa kültüründen etkilenme sayesinde karikatürler yayılmış ve popüler hale gelmiştir. Bu topraklardaki ilk mizah dergisi Teodor Kasap[2] tarafından, İstanbul'da 24 Kasım 1870'de çıkarılan *Diyojen*'dir. Diyojen'in yazar kadrosunda, Âli, Namık Kemal, Ebüzziya Tevfik gibi isimler bulunmaktaydı (Oral, 1968, s.112). Diyojen hem Osmanlıca yayımlanan mizah gazetesi, hem de kapatılan ilk mizah gazetesi olması bakımından büyük önem taşımaktadır. Diyojen yayın hayatına fasılalarla 183 sayı kadar devam edebilmiş, 10 Ocak 1873'de temelli kapatılmıştır (Bayram, 2009, s.111). Daha sonra Teodor Kasap 3 Nisan 1873'de *Çıngıraklı Tatar* gazetesini yayımlamaya başlamış, ancak 89. sayıya ulaştığında kapatılmıştır. Mizah alanındaki boşluğu, yine Teodor Kasap tarafından 30 Ekim 1973'de çıkarılan *Hayal* doldurmuştur. Teodor Kasap, aynı zamanda Hayal'in başyazarıydı (Çeviker, 1986, s.3). Hayal gazetesi, 18 Haziran 1877'de süresiz olarak kapatılmış ve Teodor Kasap hakkında üç yıl mahkûmiyet kararı verilmiştir. Teodor Kasap'ın öncülüğünü yaptığı mizah yayınlarının ardından *İbretname-i Âlem* (1873), *Tiyatro* (1874), *Latife* (1874), *Şarivari Medeniyet* (1874), *Kahkaha* (1875), *Geveze* (1875), *Kara Sinan* (1875), *Meddah* (1876), *Çaylak* (1876) gibi mizah dergileri yayımlanmaya başlamıştır (Topuz, 1997, s.212). *Çaylak*, 1876 yılında Osmanlı toprakları içinde bir Türk vatandaşı tarafından çıkarılan ilk mizah gazetesidir. Mehmet Tevfik tarafından çıkarılan gazete, zamanına göre en ince esprileriyle donatılmış olduğundan baskı sayısı rekor kırmıştır (Oral, 1968, 123). Toplam 162 sayı yayınlanan *Çaylak*, özellikle aydınlar arasında büyük ilgi görmüştür. Türk karikatüründe gerçek anlamda ilk karikatürcü olan *Cem*[3] isimli sanatçı, aynı zamanda Türk karikatürünün babası olarak kabul edilmekte ve Türk karikatür tarihinde *Üstat* olarak tanınmaktadır (Çapanoğlu, 1970, s.34).

1908'den itibaren dönemin en etkili dergilerinden biri haline gelen *Kalem Dergisi*, Türk karikatür tarihinde neredeyse bir devrim yapmış; mizah yayınlarında *resim* olarak tanımlanan karikatür sanatını ilk kez *karikatür* terimiyle tanımlamış ve bu kavramı şekillendirmeye çalışmıştır (Çeviker, 1988, s.20). Osmanlı döneminde 1914 yılında yayınlanan *Leylak* dergisinin kapağında; "Kadınlara mahsus edebi mizah dergisi" tabiri yer almaktaydı. Kadınların da çizdiği bu dergi yalnızca üç sayı yayınlanmıştır. On beş gün arayla

[2] Teodor Kasap 1835-1905, Kayseri doğumlu Rum bir Osmanlı vatandaşıdır. Paris'te öğrenim görmüş ve bu süre içinde Fransız yazar Alexandre Dumas'ın sekreterliğini yapmıştır.
[3] 1882'de İstanbul'da doğan ve asıl adı Cemil olan "*Cem*", Batı tarzına uygun çizdiği karikatürleriyle II. Abdülhamit döneminde önemli bir muhalefet odağı haline gelmiştir.

yayımlanan bu üç sayıda karikatür, mizahi hikâye ve bilmeceler yer almaktaydı. Az sayıdaki çizgilerden birinde ise Fatma Zehra Hanım'ın imzası bulunmaktadır. Böylece Fatma Zehra Hanım "ilk kadın karikatürcü" olarak literatüre geçmiştir. Derginin künyesinde ise başyazar "Küçük Hanım" rumuzuyla verilmiştir (Karakışla, 2006, s.44-51).



Şekil 1. *Osmanlı Döneminde Karikatür Dergileri*

Tablo 1. *Osmanlı Döneminde Karikatür Dergileri* (Balcıoğlu 1983, Çeviker 1986 ve Okay 2004)

Diyojen 1870-1873	Davul 1908	Kâhya Kadın 1911
Letaif-i Asar 1871	Dalkavuk 1908	Cadaloz 1911
Şarivari 1872	Hacivat 1908	Cingöz 1911
Çıngıraklı Tatar 1873	Ebep Yahu 1908	Curcuna 1911
Hayal 1873	Püsküllü Belâ 1908	Hayal-i Cedid 1911
İbretname-i Âlem 1873	Şakacı 1908	Baba Himmet 1911
İbretnüma-yı Âlem 1873	Zevzek 1908	Perde 1911
Kamer 1873	Zuhuri 1908	Züğürt 1911
Tiyatro 1874-1876	Geveze 1908	Köylü 1911-1912
Latife 1874-1877	İncili Çavuş 1908-1910	Nasreddin Hoca 1914
Şarivari Medeniyet 1874	El Üfürük 1908	Leylak 1914
Kahkaha 1875-1875	Kalem 1908-1911	Hande 1916
Geveze 1875	Eşref 1909	Şeytan 1918
Kara Sinan 1875	Cem 1910	Diken 1918-1921
Meddah 1876	Eşşek 1910	Zeybek 1918-1919
Çaylak 1876	Yeni Geveze 1910	Kafes 1919
Beberuhi – 1898	Gecekuşu 1910	İğne 1919
Dolap 1900	Çimdik 1910	Ayine 1921-1922
Tokmak 1901	Gıdık 1910	Güleryüz 1921-1923
Lak Lak 1907	Kibar 1910	Yeni Eğlence 1921
Karagöz 1908-1955	Malum 1910	Akbaba 1922 – 1977
	Cici 1911	Aydede 1922-1922

Karikatür, Türkiye'de batı etkisi altında gelişmiş sanatlar arasında yer almaktadır. Türk karikatüristlerinin ustalarının başında Cemal Nadir Güler (1902-1947) gelmektedir. Günlük siyasi gazeteler de karikatürün oturmaya başlaması Cemal Nadir sayesinde olmuştur. Cemal Nadir, ilk çizgi roman sayılabilecek 'Amcabey'i 1929 yılında yaratmış, onun öykülerini çizgi film biçimine getirmeye çalışarak, bu alandaki ilk denemeleri yapmıştır.

Erken Cumhuriyet Dönemi'nde toplumun modernleşmesi ve gelişmesi için kullanılan en önemli kitle iletişim araçlarının başında yazılı basın gelmektedir. 1923 – 1925 dönemini kapsayan dönemde mizah, ilk süreçte bir taraf tutmak zorunda kalmadan, çoğunlukla yaşanılan zafer sevincini işlemektedir. Gazeteler, Cumhuriyet'in kurulmasıyla bir yandan Ankara ile ilişkilerini düzeltmeye çalışırken, diğer yandan Hilafetin korunması ve sürdürülmesi konusunda iktidar ile karşı karşıya kalmıştır (Kocabaşoğlu, 1981, s.95-127). Osmanlı döneminde ve ardından kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin her yılında, karikatür dergileri ve bunları çizen sayısız ustalar vardı. Türkiye Cumhuriyeti, 9 Kasım 1928 yılında gerçekleştirdiği harf devrimi Latin alfabesine duyulan yabancılık yüzünden gazetelerde, görsel materyalin önemi artarken karikatürler, gazetelerin hayati öneme sahip parçaları haline gelmiştir (Tunç, 2002, s.53). Bu yıllar arasında yayımlanan mizah dergilerini, Alay (1931), Eğlencelik (1931), Karikatür (1934), Kambur Felek (1935), Ayvaz (1936), Yeni Nasreddin Hoca (1936) ve Papağan (1938) şeklinde sıralayabiliriz. Savaş döneminde yayımlanan mizah dergileri; Akbaba, Karikatür, Amcabey, Köroğlu ve Köylü'dür. Bu dergilerde de, tek parti yıllarındaki baskı nedeniyle, mizah yazarları iktidara ve siyasî konulara hiç değinmemişlerdir.

1946 yılında kurulan *Marko Paşa Dergisi*, mizah dünyasına büyük bir giriş yapmıştır. Sabahattin Ali, Aziz Nesin ve Rıfat Ilgaz'ın çıkardığı bu derginin başı, yaptığı sert muhalefet nedeniyle epeyce belaya girmiştir. Öyle ki dergi sürekli kapatılıyor, her seferinde yeni bir adla yeniden doğuyordu. Türk karikatürcülüğünde 1950 yılı, adeta dönüm noktalarından biridir. Bu dönemin önde gelen adı, en genç karikatürcülerinden biri olan Oğuz Aral'dır. Onun başında bulunduğu 26 Ağustos 1972 yılında çıkan Gırgır adlı mizah dergisi yeni anlayışa öncülük etmiş, pek çok genç sanatçının yetişmesini sağlamıştır. Oğuz Aral'ın yarattığı Gırgır, Gün gazetesinde bir köşe olarak başlamış, çok ilgi çekince tam sayfaya kadar genişlemişti. Gazetenin sahibi Haldun Simavi, potansiyeli görünce Gırgır'ı bağımsız bir dergiye dönüştürdü. İlk sayısının üzerinde "Kendi halinde bir mizah dergisidir" yazıyordu. Dergi, ilk yıl 45 bin, 1970'lerde 300 bin, 1980'lerin başında ise 500 bin satışa ulaştı ve "*Dünyanın en çok satan üçüncü dergisi*" unvanını aldı. Gırgır'ın özellikle kapağı ve 3. sayfa karikatürleri, susturulmuş toplumsal muhalefetin dışarı sızma noktası olarak işlev görmüş ve genç yaşlı birçok okur derginin duruşunu takdirle karşılamışlardır (Arık, 2006, s.250-254).

Şekil 2. *Cumhuriyet Dönemi ve Sonrası Karikatür Dergileri*

Bu işin ustaları arasında söylenen "Mizah dergileri bölünerek, çoğalır" sözünden hareketle, 1980'lerde başlayan bölünme devam etti. Adeta bir 'Çizer Okulu' olan Gırgır'dan ayrılanlar; Fırt'ı, Hıbır'ı, Limon'u, oradan ayrılanlar Leman'ı, sonra Penguen'i ve Uykusuz'u kurdular. *Limon* dergisi, Gırgır'da tartışılmayan pek çok konuyu gündeme taşımış, darbeci generaller dâhil birçok konuyu cesaretle ele almıştır. 1991 yılında Güneş gazetesinin kapanması üzerine '*Limon*', daha sonra '*Leman*' adını alarak bağımsız bir yayın organı haline dönüşmüştür. Leman da 1990'lı yıllar boyunca, Limon çizgisini takip etmiş, dergi içinde yaşanan fikir ayrılıkları neticesinde bu kez de Leman'dan ayrılan bir grup çizer Penguen dergisini kurmuşlardır (Arık, 2006, s.250-254).

Tablo 2. *Cumhuriyet Dönemi ve Sonrası Karikatür Dergileri Listesi*

Kelebek 1923-1924	Pardon 1964	Sinek 1997
Guguk 1924-1924	Kadı Emmi 1965	Fesat 1997
Papağan 1924-1928	Ustura 1969	Şebek 1997
Devekuşu 1925	Salata 1972	Makara 1998
Amcabey 1929-1947	Gırgır 1972-1993	Amele 2000
Alay 1931	Çarşaf 1976-1992	Mad 2000
Eğlencelik 1931	Fırt 1976	Arıza 2001
Kambur Felek 1935	Mikrop 1978	Kazandibi 2001
Ayvaz 1936	Çivi 1979	Kemik 2001
Nasreddin Hoca 1936	Güm Güm 1983	Lombak 2001-2009
Karikatür 1936- 1948	Limon 1985-1991	Kaktüs 2002
Papağan 1938	Hıbır 1989	Penguen 2002-2017
Şaka 1942	Avni 1989-1996	Kirpi 2003
Marko Paşa 1946-1947	Cıngar 1990	Tiren 2003
Geveze 1947	Pişmiş Kelle 1990	Yeni Harman 2004-2006
Ali Dayı 1948	Deli 1991	Küstah 2005
Hayret 1950	Leman 1991-devam	Fermuar 2006
Medet 1950	Nankör 1991	Uykusuz 2007-2023
Zakkum 1951	Güldiken 1993	Ekmek 2009
Karakedi 1951	Dıgıl 1994	Şizofren 2009
Dolmuş 1956	Biber 1994	Harakiri 2011
Köroğlu 1960	Hbr Maymun 1995	Bayan Yanı 2011-devam
Deccal 1960	Parazit 1995	Lama 2013
Diktatörler 1960	Öküz 1996-2001	Hacamat 2015
Tef 1954-1961	L-Manyak 1996-2016	Naber 2015
Zübük 1962	Zıpır 1997	

Karikatür, sayfalarca anlatılmak istenen düşünceleri basit ancak çarpıcı bir çizimle tek karede özetleyebilmesi nedeniyle önemli bir düşünce aktarım aracıdır. Bu yüzden günümüz kitlesel basınında, özellikle gelişmiş Batı ülkelerinde, gazeteler karikatür sanatına sıklıkla yer verir. Ancak gazetelerin artık bu sanata eskisi kadar değer vermediği de açıktır. Oysa mizah, bekleneni alt üst eder; kendi gerçekliğini yaratır ve mantık akışını kesintiye uğratır (Sanders, 2001, s.51). Ayrıca mizah, belirli kişi veya grupları hedef aldığında, buna uygun bir hoşgörü kültürünün geliştirilmesi de zorunlu hâle gelmiştir (Öngören, 1983, s.15). Bu durum, karikatür sanatçılarının sık sık yargılanmasına yol açmaktadır. Nitekim günümüzde yalnızca birkaç ciddi gazete dışında eleştirel siyasi karikatürlere yer verilmemekte ve bu alan giderek daralmaktadır. Karikatüristlere düşen ise, bu sınırlı alanda mesajını daha etkili ve vurucu şekilde iletebilecek çizimler üretmektir. Balcıoğlu, karikatürü şöyle tanımlamaktadır. "Öncelikle toplumsal aksaklıkları konu edinen ve tümüyle topluma dayalı, topluma dönük, toplumla birlikte var olan bir sanat niteliği" taşımaktadır (Balcıoğlu, 1983, s.7-8). Ünlü Türk ressamı Abidin Dino'ya göre ise "Karikatürün içtimai silah olarak yazıdan, şiirden ve resimden daha kuvvetli olduğu bir gerçektir. Büyük halk kitlelerine hitap etmek isteyenler için karikatürün en kısa yol olduğu bilinmektedir." (Özocak, 2011, s.264).

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, günümüz Türkiye'sinde karikatüristlerin basın özgürlüğüne ilişkin yaklaşımlarını kapsamlı bir şekilde incelemektir. Araştırma, karikatüristlerin otosansür, sansür ve siyasi baskılar karşısındaki tutumlarını değerlendirmeyi; ifade özgürlüğü ile toplumsal eleştiri arasındaki dengeyi nasıl kurduklarını analiz etmeyi hedeflemektedir. Böylece, karikatür sanatının Türkiye'deki toplumsal ve siyasal bağlamda karşılaştığı zorluklar ve bu zorluklara karşı geliştirilen stratejiler üzerine önemli verileri sunmak mümkün olmuştur. Ayrıca bu çalışma, karikatüristlerin kendilerini ifade etme biçimleri, karşılaştıkları baskılar ve bu baskılara verdikleri tepkiler üzerinden karikatürün toplumsal işlevini anlamaya katkı sağlamaktadır. Karikatürün basın özgürlüğü kapsamındaki yeri, mesleki etik sorumluluklar ve teknolojinin kullanımı gibi boyutlar da araştırmanın odak noktaları arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, çalışma Türkiye'de karikatürün ifade özgürlüğü mücadelesindeki rolünü ve karikatüristlerin bu süreçteki deneyimlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Yöntem

Bu araştırma, Türkiye'deki ulusal gazete, dergi ve çevrimiçi medya platformlarında karikatür çizen 25 kadın ve 25 erkek olmak üzere 50 karikatüriste yönelik olarak geliştirilen bir anket çalışması aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Örneklem, ülkemizde bir medya kuruluşunda çalışan veya bağımsız olarak medya kuruluşları için çizim yapan karikatüristler arasından seçilmiştir. Türkiye'de bu tanıma uyan 150-200

karikatürist olduğu (evren) tespit edilmiş ve örneklem, basit örneklem tekniği kullanılarak rastgele seçilmiştir.

Araştırmanın internet üzerinden yürütülecek olması ve cevaplama oranlarının genellikle düşük olduğu bilinmesi nedeniyle, seçilen karikatüristlerle önceden iletişime geçilmiş, izinleri alınmış ve aydınlatılmış onam formu dijital olarak imzalatılmıştır. Bu sayede 50 karikatüristten veri toplamak mümkün olmuştur. Örneklem seçiminde rastgele (random number) tekniği tercih edilmiştir. Bu yöntem sayesinde istatistiksel anlamda hipotez testi yapmak ve elde edilen sonuçları genellemek mümkün kılınmıştır.

Örneklem büyüklüğünün 50 olarak belirlenmesinin nedeni, daha güvenilir ve geçerli bilgilerin elde edilmesidir. Literatürde, istatistiksel analizlerde 30'dan büyük örneklemlerin kullanılması tavsiye edilmektedir (Rumsey, 2010, s.62). Karikatüristlerin tutumlarını ölçmek amacıyla, özellikle tutumla ilgili sorular Likert tipi ölçekler şeklinde hazırlanmıştır. Örneklem özelliklerinin tasviri için tanımlayıcı (descriptive), hipotez testleri için ise çıkarımsal (inferential) istatistik teknikleri uygulanmıştır. Örneklem büyüklüğü itibarıyla ölçek geliştirmeye uygun olmadığı için, yeni bir ölçek geliştirilmemiştir.

Bulgular

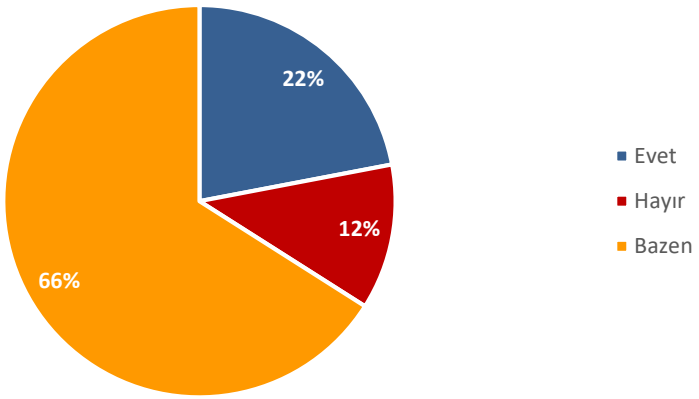
Araştırma bulgularına göre karikatüristler; basın özgürlüğünün önemli bir unsuru olarak, toplumsal eleştiriyi ve mizahı kullanarak halkı bilinçlendirmeyi amaçladıkları görülmektedir. Her iki cinsiyetin de sansüre karşı duyarlı olduğunu, ancak kadın karikatüristler, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın hakları konularına dair eleştirilerde bulunurken, erkek karikatüristler daha çok siyasi iktidar ve politik yapıları eleştirme eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte, her iki gruptaki karikatüristler de Türkiye'deki basın özgürlüğü ortamının giderek daraldığını ve sansürün artan bir şekilde yaratıcı ifade üzerinde baskı oluşturduğunu vurgulamaktadır. Katılımcıların çoğu, sansürün yalnızca bireysel bir sanatçı özgürlüğünü değil, aynı zamanda toplumsal eleştiriyi de kısıtladığını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra, sansüre karşı çeşitli stratejiler geliştirildiği gözlemlenmiştir. Bazı karikatüristler, dolaylı göndermeler veya semboller kullanarak sansürden kaçınmaya çalışırken, bazıları daha doğrudan bir karşı duruş sergilemektedir. Türkiye'deki karikatüristlerin sansürle mücadelede hem sanatsal hem de toplumsal bir sorumluluk üstlenmekte olduğu görülmüştür. Karikatürcülerin büyük bir kısmı, özellikle hükümetin ve çeşitli otoritelerin müdahaleleri ve sansür uygulamaları nedeniyle zorluklar yaşadıklarını ifade etmiştir. Çizimlerinde basın özgürlüğünü savunarak, siyasi ve toplumsal sorunlara dikkat çekmeye çalıştıklarını ancak zaman zaman yasaklar ve yasal engellerle karşılaştıklarını vurgulamışlardır. 50 karikatürcüye sorulan sorular ve elde edilen bulgular şöyledir:

"Karikatür çizmekteki esas amacınız nedir?" olarak sorduğumuz ilk sorumuzda, ankete katılan karikatürcülerin %46'sı duygularını çizgiyle ifade etmek amacıyla çalıştıklarını belirtmiştir. Bununla birlikte, %18'lik oranla sorunları çizgiyle anlatmak ve %14'lük oranda da bu sorunlara eleştirel yaklaşmak tercih edilmiştir. Basın özgürlüğüne katkıda bulunmak, topluma katkı sağlamak gibi diğer seçeneklere verilen yanıtlar toplamda %22 oranını oluşturmuştur. Bu sonuç, hem sanatsal ifadenin duygusal yönünün hem de toplumsal sorumluluk ve eleştirel bakış açısının (basın etiği bağlamında) ön planda olduğunu göstermektedir.

İkinci soruda, "Karikatürcülerin en rahat çizdiği kesim hangisidir?" ifadesi yöneltilmiştir. Elde edilen yanıtlar doğrultusunda, karikatürcülerin %66'sının halkı en rahat çizdiği grup olarak belirttiği görülmüştür. Siyasilere yönelik çizimler %14 oranında, diğer kesimler (sanatçılar, sporcular, iş insanları vb.) ise %20 oranında ifade edilmiştir. Bu dağılım, karikatürcülerin öncelikli olarak halkı temsil eden kesimleri çizmekte daha rahat olduklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca, siyasilere ve diğer toplumsal figürlere yönelik çizimlerin de önemli bir yer tuttuğu gözlenmiştir. Karikatüristlerin bu tercihleri, eleştirel ifadeyi kamuoyunun geniş kesimlerine ulaştırma ve toplumsal sorunları görünür kılma amacıyla ilişkilendirilebilir. Bu bağlamda, karikatürlerin toplumsal eleştiri ve kamuoyu oluşturma işlevi doğrultusunda, halkın temsilinin ön planda tutulduğu söylenebilir.

Üçüncü soru olarak sorduğumuz "Sanatçılar, karikatür çizerken kendilerine otosansür uygular mı?" sorusuna verilen yanıtların %22'sinin "Evet", %66'sının "Bazen" ve %12'sinin "Hayır" şeklinde dağıldığı gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar, karikatüristler arasında meslek içi etik sorumluluklar ile ifade özgürlüğü arasındaki karmaşık ilişkinin varlığına işaret etmektedir. Türkiye'de sanatçılar ve medya çalışanları, özellikle siyasi ve toplumsal baskılar nedeniyle otosansür uygulama eğilimindedirler. Karikatüristler de bu bağlamda, toplumsal duyarlılıkları ve basın etiği ilkelerini gözeterek, zaman zaman kendilerini sınırlamakta ve bu şekilde içsel bir sansür mekanizması devreye sokmaktadırlar. Bu durum, ifade özgürlüğü ile mesleki etik

arasındaki gerilimin somut bir yansımasıdır. Otosansürün varlığı, karikatürlerin toplumsal eleştiri işlevini yerine getirirken karşılaştığı hukuki ve sosyal kısıtlamaların bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Karikatüristler, hem kamuoyunu bilgilendirme hem de toplumsal sorunları görünür kılma görevini üstlenirken, aynı zamanda olası yasal yaptırımlar ve sosyal tepkiler nedeniyle çizimlerinde ölçülü davranmak zorunda kalmaktadırlar. Bu bağlamda, otosansür, karikatür sanatının ifade özgürlüğü ile etik sorumluluklar arasında kurduğu hassas dengeyi yansıtmaktadır.



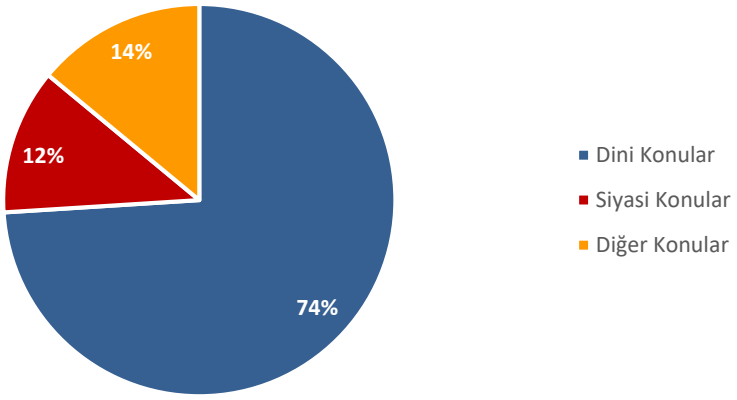
Şekil 3. *Sanatçılar, Karikatür Çizerken Kendilerine Otosansür Uygular Mı? Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı*

"Bir medya kuruluşunda çizim yaparken baskı-tehdit gelir mi?" sorusuna verilen yanıtlar, karikatüristlerin karşılaştığı baskı kaynaklarının çeşitliliğini ortaya koymuştur. Katılımcıların %16'sı herhangi bir baskı veya tehdit almadığını belirtirken, %36'sı baskının siyasilere ait olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca, %12'si patrondan, %8'i halktan, %8'i yöneticiden baskı-tehdit aldığını belirtmiş; %16'sı ise tüm bu gruplardan baskı gördüğünü aktarmıştır. Diğer gruplardan (karikatürün rahatsızlık yarattığı kesimler vb.) baskı aldığını belirtenlerin oranı ise %14 olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dağılım, medya ortamında karikatürcülerin bağımsızlık ve özgür ifade mücadelesi verirken karşılaştıkları çok boyutlu kurumsal ve toplumsal baskıların varlığını göstermektedir. Siyasilere ve medya kuruluşu içindeki patron ve yöneticilere bağlı baskılar, karikatür sanatının toplumsal eleştiri işlevini yerine getirmesinde önemli engeller oluşturmaktadır. Halktan ve diğer kesimlerden gelen baskılar ise, karikatürün toplumun farklı kesimlerinde yarattığı rahatsızlığın bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Sorduğumuz bir başka soru "Çizdiğiniz karikatür yüzünden çektiğiniz sıkıntılar nelerdir?" olmuştur. Verilen yanıtlar; %39 "Hiçbir sıkıntı çekmedim", %25 "Yargılandım", %18 "Siyasi baskı gördüm", %8 "Şiddet ve saldırıya uğradım", %5 "İşten atıldım", %3 "Tazminat ödedim", %2 "Hapse girdim" olarak dağılım göstermiştir. Bu veriler, Türkiye'de karikatüristlerin ifade özgürlüğü alanında maruz kaldıkları baskıların sadece hukuki değil, fiziksel ve ekonomik boyutlarının da bulunduğunu göstermektedir.

"Karikatürcülerin en rahat çizdiği konu sizce hangisidir?" sorusuna verilen yanıtlarda, katılımcıların %34'ü sosyal konuları en rahat çizilen alan olarak belirtirken, toplumsal konular %24, ekonomik konular %14, spor ile ilişkili konular %12 ve siyasi konular ise %4 oranı ortaya çıkmıştır. Bu dağılım, karikatüristlerin özellikle günlük hayatın ve sosyal meselelerin ele alınmasında daha özgür hissettiklerini, siyasi konularda ise daha temkinli veya sınırlı bir yaklaşım benimsediklerini düşündürmektedir.

Araştırmamızda "Karikatürcülerin çizmekten en çok çekindiği konu nedir?" sorusu önemli bir yer tutmuştur. Katılımcıların %74'ü dini konuları çizmekten çekindiklerini belirtirken, %12'si siyasi konuları, %14'ü ise askeri, ailevi gibi diğer hassas başlıkları içeren seçenekleri işaretlemiştir. Bu sonuç, Türkiye'de dini temaların karikatüristlerin ifade özgürlüğü alanında en çok sınırlandığı ve hassasiyet gösterilen konu olduğunu göstermektedir. Dini inançların toplumda derin ve yaygın bir yer tutması, bu alandaki eleştirilerin ya da mizahın daha fazla tepki çekmesine yol açmakta, karikatüristlerin bu konuda otosansür uygulamalarına zemin hazırlamaktadır.



Şekil 4. *Karikatürcülerin Çizmekten En Çok Çekindiği Konu Nedir? Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı*

Araştırmamız kapsamında "Karikatürcüler ekonomik kaygı yaşıyorlar mı?" sorusuna verilen yanıtlar, karikatüristlerin mesleki sürdürülebilirlik konusunda ciddi endişeler taşıdığını göstermektedir. Katılımcıların %78'i ekonomik kaygı yaşadıklarını belirtirken, %22'si ise bu kaygının bazı karikatürcüler arasında var olduğunu ifade etmiştir. Bu durum, Türkiye'de karikatür sanatının ekonomik açıdan zorluklarla karşı karşıya olduğunu ve sanatçıların gelir güvencesi konusunda belirsizlikler yaşadığını ortaya koymaktadır.

Araştırmamızda "Karikatürcülerin medyaya en önemli katkısı nedir?" sorusuna verilen yanıtlar, karikatür sanatının medya içindeki çok yönlü işlevini ortaya koymaktadır. Katılımcıların %30'u karikatürcülerin toplumun hakkını savunma işlevini öncelikli katkı olarak görürken, %28'i konuları çizgiyle anlatma becerisini, %20'si medya özgürlüğüne katkı sağlamayı, %8'i halkı neşelendirmeyi ve %4'ü siyasileri uyarmayı önemli katkılar arasında saymıştır. Geriye kalan katılımcılar ise içinde hepsi seçeneğinin de olduğu diğer seçeneğini seçmiştir. Bu dağılım, karikatürün hem toplumsal eleştiri hem de bilgilendirme ve eğlendirme işlevlerini bir arada taşıdığını göstermektedir.

Katılımcılara gelişen teknoloji ile ilgili olarak "Karikatürcüler, teknolojiyi takip ediyor mu?" sorusu da yöneltilmiştir. Ankete katılanların %88'i karikatürcülerin teknolojiyi aktif olarak takip ettiğini belirtirken %2'si takip etmedekilerini, %10'u ise kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Bu yüksek oran, karikatüristlerin dijital dönüşüm ve yapay zeka gibi gelişmeleri mesleki pratiklerine entegre etme eğiliminde olduklarını göstermektedir.

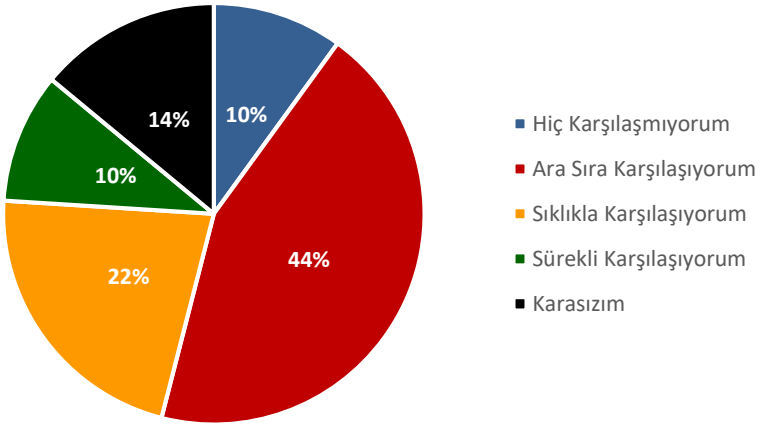
Bir başka soru olan "Karikatürlerinizi nasıl çiziyorsunuz?" sorusuna verilen yanıtlar, karikatüristlerin üretim süreçlerinde hem geleneksel hem de dijital yöntemleri birlikte kullandıklarını göstermektedir. Katılımcıların %33'ü hâlâ klasik kâğıt ve kalem yöntemini tercih ederken, %18'i tamamen bilgisayar programlarıyla çalıştığını belirtmiştir. En yüksek oran olan %49 ise her iki yöntemi bir arada kullanmayı tercih etmektedir. Bu durum, karikatür sanatında teknolojinin giderek daha fazla entegre edildiğini ve sanatçıların geleneksel tekniklerle dijital araçları birleştirerek üretim çeşitliliğini artırdıklarını ortaya koymaktadır.

Günümüz Türkiye'sinde karikatür sanatının geleceğine ilişkin yapılan değerlendirmelerde, katılımcıların %64'ü karikatür sanatının her zaman önemli bir ifade biçimi olarak varlığını sürdüreceği görüşünü benimsemiştir. Bu güçlü inanç, karikatürün toplumsal eleştiri ve ifade özgürlüğü bağlamındaki kalıcılığını vurgulamaktadır. Ayrıca %14'lük bir kesim, dijital platformların yaygınlaşmasının karikatür sanatının erişimini ve etkisini artıracağını düşünmekte, böylece dijitalleşmenin sanatın geleceğinde belirleyici bir rol oynayacağına işaret etmektedir. Bu durum, günümüzde sosyal medya ve dijital yayıncılığın karikatürün toplumsal etki alanını genişlettiği gerçeğiyle uyumludur. Öte yandan, %8'lik bir grup siyasi baskıların karikatür sanatının gelişimini zorlaştıracağı endişesini taşırken, aynı oranda katılımcı genç nesillerin ilgisi sayesinde sanatın canlı kalacağına inanmıştır. %6'sı ise geleneksel medyayla birlikte karikatür sanatının zayıflayacağı görüşündedir. Bu çeşitlilik, Türkiye'de karikatür sanatının geleceğinin hem fırsatlar hem de tehditlerle şekillendiğini göstermektedir.

Araştırmamıza katılan karikatüristler, yetenekli gençleri destekleme konusunda aktif bir tutum sergilemektedir. Katılımcıların %40'ı gençleri sosyal medya üzerinden desteklediklerini belirtirken, %36'sı online veya yüz yüze eğitim vererek katkı sağladıklarını vurgulamışlardır. %18'i ise daha çok yüz yüze yapılan görüşmelerle tavsiyelerle destek sunarken, %6'sı zamansızlık veya talep olmaması nedeniyle destek veremediklerini ifade etmiştir. Bu veriler, karikatür dünyasında genç yeteneklerin gelişimi için çeşitli destek mekanizmalarının kullanıldığını ve dijital platformların bu süreçte önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

"Bağımsız olarak mı, yoksa bir basın kuruluşu bünyesinde mi çalışıyorsunuz?" sorusunu yönelttiğimiz karikatürcülerin verdiği yanıtlar, karikatüristlerin çalışma biçimlerine ilişkin önemli bir tablo sunmaktadır. Katılımcıların %55'i bağımsız olarak çalıştığını belirtirken, %6'sı sadece bir basın kuruluşuna bağlı olarak faaliyet gösterdiğini belirtmiştir. Bunun yanı sıra, %39'u hem bağımsız hem de bir basın kuruluşuna bağlı olarak çalıştığını ifade etmiştir. Bu dağılım, Türkiye'de karikatüristlerin önemli bir bölümünün bağımsız üretim yapmayı tercih ettiğini, ancak aynı zamanda medya kuruluşları bünyesinde yer alarak çeşitli çalışma modellerini benimsediğini göstermektedir. Bağımsızlık, karikatürcülerin ifade özgürlüğü ve yaratıcı kontrol açısından önemli bir unsur olarak öne çıkarken, basın kuruluşlarıyla olan işbirlikleri ise daha geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlamaktadır.

Araştırmamızda "Karikatürlerinizde siyasi konuları ele alırken kısıtlamalarla karşılaşıyor musunuz?" sorusuna verilen yanıtlar, karikatüristlerin siyasi içerik üretiminde yaşadıkları zorlukların çeşitliliğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların yalnızca %10'u hiç kısıtlama ile karşılaşmadığını belirtirken, %44'ü ara sıra, %22'si sık sık ve %10'u ise sürekli olarak kısıtlamalarla karşılaştığını ifade etmiştir. %14'lük bir kesim ise bu konuda kararsız kalmıştır. Bu dağılım, Türkiye'de siyasi karikatür üretiminin önemli ölçüde baskı ve sansürle sınırlandığını göstermekte, karikatüristlerin ifade özgürlüğü alanında karşılaştıkları engellerin yaygın ve süreklilik arz eden bir sorun olduğunu ortaya koymaktadır. Aynı zamanda, karikatüristlerin bu kısıtlamalarla başa çıkma stratejilerinin ve otosansür uygulamalarının da araştırılması gereken önemli bir alan olduğunu işaret etmektedir.

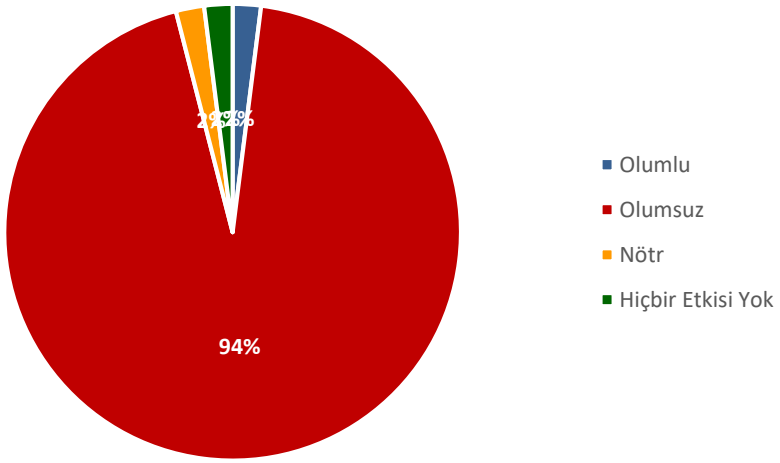


Şekil 5. *Karikatürlerinizde Siyasi Konuları Ele Alırken Kısıtlamalarla Karşılaşıyor Musunuz? Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı*

Araştırmamızda "Basın özgürlüğü kavramı sizin için ne ifade ediyor?" sorusuna yanıt verenlerin %68'i basın özgürlüğünü "tam ifade özgürlüğü" olarak tanımlamıştır. Bu yüksek oran, karikatüristlerin büyük çoğunluğunun basın özgürlüğünü eksiksiz ve sınırsız bir ifade hakkı olarak gördüğünü göstermektedir. Öte yandan, %18'i "kısmi ifade özgürlüğü", %12'si "kısıtlı ifade özgürlüğü" ve %2'si ise basın özgürlüğünün kendileri için "hiçbir şey ifade etmediğini" belirtmiştir. Bu dağılım, karikatüristlerin basın özgürlüğü konusundaki algılarında farklılıklar olduğunu ve bazı kesimlerin mevcut ortamda ifade özgürlüğünün tam anlamıyla sağlanmadığına dair kaygılar taşıdığını ortaya koymaktadır.

"Türkiye'de karikatürcü olarak ifade özgürlüğünüzü nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusuna katılanların %62'si ifade özgürlüğünü "kötü" olarak değerlendirmiştir. %32'si "orta", %4'ü "iyi" ve sadece %2'si "çok iyi" yanıtını vermiştir. Bu sonuçlar, karikatüristlerin büyük çoğunluğunun Türkiye'de ifade özgürlüğü ortamını olumsuz bulduğunu göstermektedir. Elde edilen bu bulgular, daha özgür bir ortamın gerekliliğine işaret ederken, Ülkemizdeki mesleki ahlakın sağlanması için yapısal reformlara duyulan ihtiyacı da vurgulamaktadır.

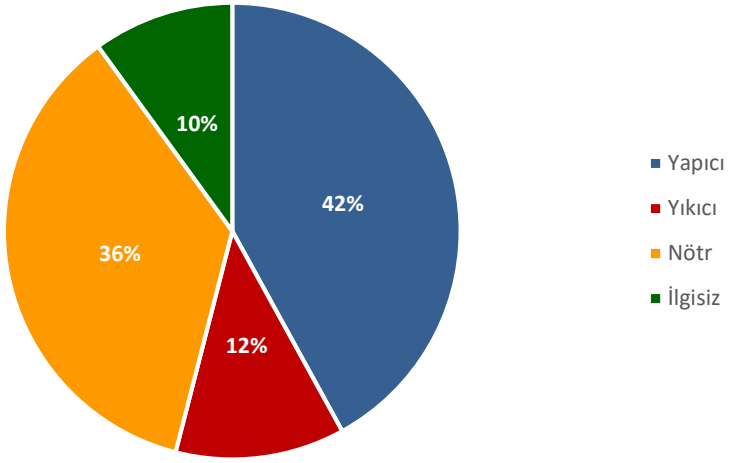
"Hükümetin karikatür üzerindeki etkileri hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorusuna yanıt veren karikatüristlerin %94'ü, hükümetin karikatür üzerindeki etkilerini olumsuz olarak değerlendirmiştir. Sadece %2'si olumlu bir etki gördüğünü belirtirken, %2'si nötr ve %2'si de hükümetin karikatürler üzerinde hiçbir etkisi olmadığını ifade etmiştir. Bu güçlü olumsuz algı, Türkiye'de karikatür sanatının siyasi iktidar tarafından sıkı bir denetime ve baskıya maruz kaldığını göstermektedir. Hükümetin medya üzerindeki kontrolü, eleştirel içeriklere yönelik sansür uygulamaları ve karikatüristlerin karşılaştığı yasal ve sosyal kısıtlamalar, bu olumsuz görüşün temel nedenleri arasında yer almaktadır. Dolayısıyla, karikatürcüler açısından hükümetin etkisi, ifade özgürlüğünü sınırlayan ve sanatın eleştirel işlevini zayıflatan bir unsur olarak algılanmaktadır.



Şekil 6. *Hükümetin Karikatür Üzerindeki Etkileri Hakkında Ne Düşünüyorsunuz? Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı*

"Kendinizi özgürce ifade edebildiğinizi düşünüyor musunuz?" sorusuna verilen yanıtlar, ifade özgürlüğü konusundaki mevcut endişeleri net bir şekilde ortaya koymaktadır. Katılımcıların yalnızca %6'sı "kesinlikle evet" ve %20'si "evet" yanıtını verirken, %30'u "hayır" ve %20'si "kesinlikle hayır" diyerek özgür ifade konusunda ciddi kısıtlamalar yaşadıklarını belirtmiştir. %24'lük kararsız kesim ise bu konuda belirsizlik yaşadığını göstermektedir. Bu dağılım, daha önceki sorulara verilen yanıtlarla paralellik arz etmekte ve Türkiye'de karikatüristlerin güvenli ve özgür bir ifade ortamından yoksun olduğunu göstermektedir.

Araştırmamızda karikatüristlere yönelttiğimiz "Eleştirilerinize yönelik gelen tepkileri nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusuna verilen yanıtlar, tepkilerin niteliği konusunda çeşitli algıları yansıtmaktadır. Katılımcıların %42'si eleştirilere yönelik tepkileri "yapıcı" olarak değerlendirirken, %12'si "yıkıcı", %36'sı "nötr" ve %10'u ise "ilgisiz" tepkiler aldığını belirtmiştir. Bu dağılım, karikatüristlerin eleştirilerine yönelik tepkilerin hem olumlu hem de olumsuz yönlerinin bulunduğunu göstermektedir. Yapıcı eleştiriler, sanatçıların gelişimine katkı sağlarken, yıkıcı tepkiler ise motivasyonu düşürebilir ve otosansüre yol açabilir. Nötr ve ilgisiz tepkiler ise karikatürün toplumsal etkileşiminde bir eksiklik olduğunu düşündürebilir. Bu bağlamda, karikatüristlerin eleştirilere açık olmaları ve farklı tepkileri değerlendirebilmeleri, hem sanatsal gelişimleri hem de ifade özgürlüğünü koruma çabaları açısından önemlidir.



Şekil 7. *Eleştirilerinize Yönelik Gelen Tepkileri Nasıl Değerlendiriyorsunuz? Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı*

Karikatürcülere "Sosyal medyanın karikatür üretimi üzerindeki etkilerini nasıl buluyorsunuz?" sorusu yöneltildiğinde, %58'i (yüzde 14 çok olumlu, %44 olumlu) sosyal medyanın karikatür üretimine olumlu katkı sağladığını belirtmiştir. %28'i bu etkiyi nötr bulurken, %14'ü (yüzde 12 olumsuz, %2 çok olumsuz) sosyal medyanın karikatür üretimi üzerinde olumsuz etkileri olduğunu düşünmektedir. Sosyal medya, karikatürlerin hızla geniş kitlelere ulaşmasını sağlayarak sanatın toplumsal etkileşimini artırmakta, mizahın güncel ve interaktif bir şekilde yayılmasına olanak tanımaktadır. Ancak dijitalleşmenin beraberinde getirdiği bazı olumsuzluklar, örneğin dijital bağımlılık ve içerik kalitesi gibi endişeler de dile getirilmektedir. Genel olarak, sosyal medya karikatür sanatının evrimi ve yaygınlaşması açısından önemli bir platform olarak görülmektedir.

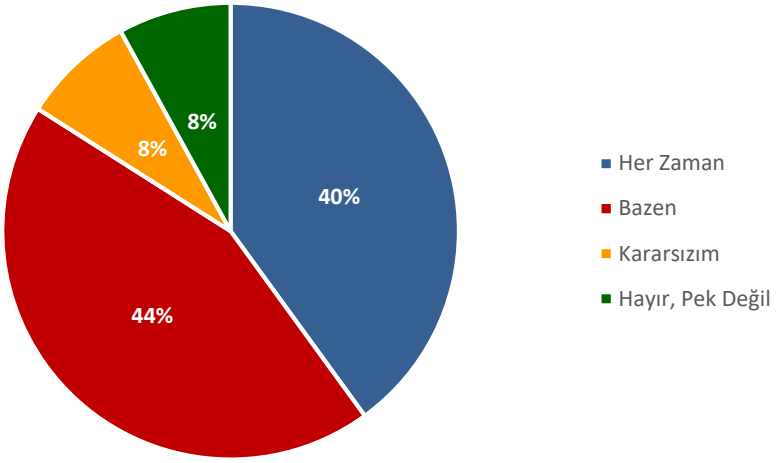
"Türkiye'deki toplumsal olaylar, karikatür çalışmalarınızı nasıl etkiliyor?" sorusuna katılımcıların %42'si Türkiye'deki toplumsal olayların karikatür çalışmalarını olumlu yönde etkilediğini belirtirken, %8'i "çok olumlu" yanıtı vermiştir. %20'si etkilerin nötr olduğunu ifade ederken, %32'si "olumsuz" ve %6'sı da "çok olumsuz" etkiler yaşadığını belirtmiştir. Bu dağılım, toplumsal olayların karikatür sanatında hem yaratıcı bir ilham kaynağı hem de zorluklar yaratan bir faktör olduğunu göstermektedir. Türkiye'de karikatür, toplumsal olaylara anında tepki verebilme gücüne sahip, halkın nabzını tutan ve derin analizler yapabilen çok katmanlı bir sanat dalıdır. Politik ve sosyal gündem, karikatürlerin temel temasını oluşturmakta, karikatüristler bu olayları sarkastik ve eleştirel bir dille halka sunmaktadır. Ancak siyasi dalgalanmalar, toplumsal kutuplaşmalar ve baskılar, karikatür üretimini zorlaştırmakta, bazen otosansüre neden olmaktadır. Bu bağlamda, toplumsal olaylar karikatür sanatının hem itici gücü hem de sınırlarını belirleyen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ankete katılan karikatürcülere "Uluslararası alanda karikatürcülerin Türkiye'ye yaklaşımını nasıl yorumluyorsunuz?" sorusu yöneltildiğinde, %8'i "çok olumlu", %38'i "olumlu", %24'ü "nötr", %22'si "olumsuz" ve %8'i "çok olumsuz" yanıtını vermiştir. Bu sonuç, uluslararası karikatür camiasının Türkiye'ye yönelik yaklaşımında genel olarak olumlu ve nötr tutumların ağırlıkta olduğunu, ancak önemli bir oranda olumsuz görüşlerin de bulunduğunu göstermektedir. Türkiye'de düzenlenen uluslararası karikatür yarışmaları ve etkinlikleri, sanatçılar arası etkileşimi artırmakta ve Türkiye'nin karikatür alanındaki varlığını güçlendirmektedir. Ancak siyasi ve toplumsal dinamikler, uluslararası algıyı etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Bu nedenle, Türkiye'nin uluslararası karikatür çevrelerindeki imajı, hem kültürel etkinliklerle hem de siyasi ortamla şekillenmektedir.

"Karikatürünüzün kitle üzerindeki etkisini nasıl ölçüyorsunuz?" sorusuna verilen yanıtlar %36 "izleyici geri bildirimleriyle", %50 "sosyal medya etkileşimleriyle", %8 "yayınlandığı yerle" ve %6 "ölçemiyorum" olarak dağılım göstermiştir. Elde edilen bu veriler, karikatür sanatçılarının kitle üzerindeki etkiyi ölçmede farklı yöntemlere başvurduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, sanatçıların kitle etkisini değerlendirirken daha çok doğrudan izleyici tepkileri ve dijital platform verilerine dayalı subjektif yöntemleri tercih ettiğini göstermektedir.

"Meslektaşlarınızla dayanışma içinde misiniz?" sorusuna ankete katılan karikatürcülerin %40'ı "her zaman", %44'ü "bazen", %8'i "kararsızım" ve %8'i "hayır, pek değil" şeklinde yanıt vermiştir. Bu bulgular,

karikatüristler arasında genel olarak güçlü bir dayanışma ruhunun bulunduğunu, ancak bu dayanışmanın süreklilik ve yoğunluk açısından farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu durum dayanışma mekanizmalarının güçlendirilmesine yönelik stratejilerin geliştirilmesinin önem arz ettiğini göstermektedir.



Şekil 8. *Meslektaşlarınızla Dayanışma İçinde Misiniz? Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı*

Katılımcıların "Cinsiyet, etnik köken gibi faktörler karikatürlerinizi nasıl etkiliyor?" sorusuna verdiği yanıtlarda, %14 "çok etkiliyor", %36 "kısmen etkiliyor", %18 "nadiren etkiliyor" ve %34 "hiç etkilemiyor" oranları kaydedilmiştir. Bu sonuçlar, karikatürcüler arasında cinsiyet ve etnik köken gibi kimlik faktörlerinin karikatür üretiminde farklı düzeylerde etkili olduğunu göstermektedir. Sanat ve karikatür alanında etnik köken ve kültürel çeşitlilik, özellikle güncel sanat bağlamında önemli bir tema olarak ele alınmakta; kimi sanatçılar kimliklerini ve deneyimlerini eserlerine yansıtarak toplumsal ve politik eleştiriler geliştirmektedir. Etnik ve cinsel kimlik temaları, karikatürlerde bazen doğrudan bazen de dolaylı olarak işlenmekte, bu da sanatçıların kişisel ve kültürel arka planlarının üretimlerine yansıdığını göstermektedir. Ancak, bir kısmı için bu faktörler üretim süreçlerinde belirgin bir etki yaratmazken, diğerleri için önemli bir ilham kaynağı veya eleştiri odağı olabilmektedir. Dolayısıyla, karikatürcüler arasında cinsiyet ve etnik köken gibi faktörlerin etkisi kişisel deneyimlere ve sanat anlayışına bağlı olarak değişmekte, bu da karikatür sanatının çok sesliliğini ve farklı bakış açılarını yansıtan dinamik bir alan olduğunu ortaya koymaktadır.

Ankete katılan karikatürcülere yönelttiğimiz bir başka soru "Çizimlerinize sansür uygulanıyor mu?" şeklinde olmuştur. Katılımcıların %8'i "evet, çok sık uygulanıyor", %36'sı "evet, ara sıra uygulanıyor", %44'ü "hayır, uygulanmıyor" ve %12'si "kararsızım" yanıtını vermiştir. Bu sonuçlar, karikatüristlerin önemli bir bölümünün eserlerine zaman zaman sansür uygulandığını deneyimlediğini göstermektedir. Özellikle %44'lük "hayır, uygulanmıyor" yanıtı, bazı karikatüristlerin sansürle karşılaşmadığını belirtse de, %44'lük toplam sansür deneyimi (çok sık ve ara sıra) ifade özgürlüğü açısından ciddi bir engel olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, %12'lik kararsız kesim, sansür uygulamalarının belirsizliği veya dolaylı etkileri konusunda tereddüt yaşadığını göstermektedir. Bu veriler, karikatür sanatında sansürün varlığını ve ifade özgürlüğü üzerindeki olası kısıtlamaları gözler önüne sermektedir.

"Karikatürcülerin haklarını savunan kuruluşlara üye misiniz?" sorusuna verilen yanıtlarda, %52 oranında "evet" ve %48 oranında "hayır" oranı ortaya çıkmıştır. Üyelik oranının %52 olması, karikatürcüler arasında örgütlenmenin belirli bir düzeyde olduğunu, ancak hâlâ önemli bir kesimin bu tür destek mekanizmalarına dâhil olmadığını göstermektedir. Ancak, %48'lik üyelik dışı kesim de göz önüne alındığında, örgütlenmenin hâlâ yaygınlaştırılmaya ve güçlendirilmeye açık olduğu anlaşılmaktadır. Daha yüksek bir örgütlenme oranı, karikatürcülerin ortak sorunlarını daha etkili şekilde dile getirmesine, haklarını korumasına ve mesleki gelişim fırsatlarına daha geniş erişim sağlamasına olanak tanıyacaktır.

Ankete katılan karikatürcülere "İfade özgürlüğü ile toplumsal sorumluluk arasında bir denge kurabiliyor musunuz?" sorusu yöneltildiğinde, %28'i "kesinlikle evet", %46'sı "evet" yanıtını vermiştir. %20'si kararsız kalırken, yalnızca %6'sı bu dengeyi kuramadığını belirtmiştir. Bu sonuçlar, karikatürcülerin büyük çoğunluğunun ifade özgürlüğü ile toplumsal sorumluluk arasında bir denge kurabildiğini düşündüğünü göstermektedir. Karikatür sanatında özgürce düşünceyi ifade etmek kadar, toplumsal etkileri

ve sorumlulukları da göz önünde bulundurmak önemlidir. Sanatçılar, eleştirilerini yaparken toplumsal değerleri ve hassasiyetleri dikkate alarak, yapıcı ve etkili bir iletişim kurmaya özen göstermektedir. Öte yandan, kararsızların ve "hayır" diyenlerin varlığı, bu dengenin zaman zaman zorlandığını ve karikatürcülerin karşılaştığı etik ikilemlerin sürdüğünü de ortaya koymaktadır. Bu bulgular, karikatürcülerin bu iki önemli kavram arasında bilinçli bir denge arayışı içinde olduğunu göstermektedir.

Katılımcılara "Yerel ve uluslararası basın ile ilişkileriniz nasıldır?" sorusu yöneltildiğinde, %16'sı "çok iyi", %56'sı "iyi" yanıtını vermiştir. %12'si basın ile ilişkilerinin "kötü" olduğunu belirtirken, %16'sı ise "hiçbir ilişkim yok" cevabını vermiştir. Bu sonuçlar, karikatürcüler arasında genel olarak yerel ve uluslararası basınla olumlu ilişkilerin hâkim olduğunu göstermektedir. Basınla güçlü ilişkiler, karikatürlerin geniş kitlelere ulaşması, sanatçıların görünürlüğünün artması ve mesleki fırsatların çoğalması açısından önemlidir. Öte yandan, basınla ilişki kuramayan veya kötü ilişkiler yaşayan karikatürcüler de bulunmaktadır; bu durum, bazı sanatçıların medya ile iletişimde zorluklar yaşadığını veya yeterince destek görmediğini işaret edebilir. Karikatürcülerin büyük çoğunluğu basınla iyi ilişkiler geliştirmiş olsa da, bu ilişkilerin daha da güçlendirilmesi ve kapsayıcı hale getirilmesi mesleki gelişim açısından faydalı olacaktır.

Sorulan 30 soruya verilen yanıtlardan elde edilen bulgular, karikatürcülerin sanatsal üretim sürecinde ifade özgürlüğü, basın etiği ve mesleki ahlak çerçevesinde karşılaştıkları baskılar ile toplumsal sorumluluk arasında denge kurma çabalarını ortaya koymaktadır. İlk olarak, karikatürcüler büyük oranda duygusal ifadeyi ve toplumsal eleştiriyi öne çıkarırken, yaratıcılıklarını bireysel bir özgürlük alanında sürdürme arzusu ile kamu yararına yönelik eleştirel yaklaşımları arasında bir geçiş yaşamaktadırlar. Bu durum, hem duygusal hem de toplumsal sorumluluk bilincinin ön planda olduğunu göstermektedir.

Araştırmada, ifade özgürlüğü ve basın etiği bağlamında önemli kısıtlamalarla karşılaşıldığı gözlemlenmiştir. Katılımcıların, zaman zaman kendilerini otosansür mekanizmalarıyla sınırlamak durumunda kaldıkları ve dış baskılar nedeniyle özgürlüklerinin kısıtlandığını ifade ettikleri tespit edilmiştir. Mesleki dayanışma ve işbirliği konularında ise, karikatürcülerin büyük oranda bağımsız çalışmalarını sürdürdükleri, ancak ortaklaşa hareket etmenin ve grup dayanışmasının da önemli olduğu görülmektedir. Bu durum, mesleki ahlakın ve etik değerlerin korunması için destek mekanizmalarına duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır.

Teknolojik dönüşümün etkileri de araştırmada öne çıkan bir diğer boyuttur. Geleneksel çizim yöntemlerinin yanı sıra dijital teknolojilere geçiş ve hibrit yöntemlerin benimsenmesi, yaratıcı sürecin modern yaklaşımlar ile klasik unsurların harmanlanarak sürdürüldüğünü göstermektedir. Bu durum, yenilikçi üretim tekniklerinin etik standartlarla uyumlu bir şekilde ele alınmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Genel olarak, bulgular, karikatürcüler arasında ifade özgürlüğü ile toplumsal sorumluluk arasındaki dengeyi korumaya yönelik çabaların yanı sıra, dış baskılar, ekonomik kaygılar ve siyasi müdahaleler gibi etkenlerin mesleki ortamı olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu durum, sektörün etik standartlarını ve mesleki ahlakını güçlendirecek yapısal reformların önemine işaret etmektedir. Bu bulgular, karikatür sanatının yaratıcı ve eleştirel bir ifade biçimi olarak değerini koruduğunu gösterir. Ancak karşılaşılan çeşitli baskı ve kısıtlamaların, basın etiği ve mesleki ahlak açısından ele alınması gereken önemli sorunlar oluşturduğunu da belirtmemiz gerekir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Günümüz Türkiye'sinde karikatüristlerin basın özgürlüğüne yaklaşımlarını inceleyen bu çalışma, hem tarihsel arka planı hem de güncel pratikleri göz önünde bulundurarak, karikatür sanatının toplumsal ve siyasal işlevini çok boyutlu bir şekilde ele almıştır. Araştırmanın bulguları, karikatüristlerin ifade özgürlüğü, sansür ve otosansür konularında karşılaştıkları sorunların, Türkiye'deki genel basın özgürlüğü ortamının bir yansıması olduğunu göstermektedir. Katılımcıların büyük bir kısmı, ifade özgürlüğünün giderek daraldığını, sansür uygulamalarının ve otosansürün yaygınlaştığını belirtmiş; bu durumun yaratıcılıklarını ve toplumsal eleştiri kapasitelerini ciddi şekilde sınırladığını vurgulamıştır.

Çalışmada elde edilen nicel ve nitel veriler, karikatüristlerin basın özgürlüğüne ilişkin yaklaşımlarında iki temel eğilimin öne çıktığını göstermektedir. Birinci eğilim, karikatüristlerin büyük çoğunluğunun sansür ve baskılara karşı net bir eleştirel tutum sergilemesi ve ifade özgürlüğünü savunmaya yönelik bir direnç geliştirmesidir. İkinci eğilim ise, baskı ortamının karikatüristleri daha dolaylı, sembolik ve alegorik anlatım biçimlerine yönlendirmesidir. Bu iki eğilim, karikatüristlerin hem bireysel hem de kolektif düzeyde sansürle baş etme stratejilerinin çeşitliliğini ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında yapılan anket sonuçları, karikatüristlerin %68'inin basın özgürlüğünü "tam ifade özgürlüğü" olarak tanımlaması, mesleki kimliklerinin temelinde özgür düşüncenin ve eleştirel yaklaşımın yer aldığını göstermektedir. Ancak, "Türkiye'de karikatürcü olarak ifade özgürlüğünüzü nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusuna verilen yanıtlar, %62 oranında "kötü" değerlendirmesiyle, karikatüristlerin mevcut ortamı son derece olumsuz gördüklerini ortaya koymaktadır. Hükümetin karikatür üzerindeki etkisine ilişkin %94'lük "olumsuz" görüş de, siyasi baskıların ve müdahalelerin karikatür sanatını ciddi biçimde kısıtladığını teyit etmektedir.

Karikatüristlerin özgürce kendilerini ifade edebildiklerine dair soruya verilen yanıtlar da dikkat çekicidir. Katılımcıların yalnızca %6'sı "kesinlikle evet" derken, %50'lik bir kesim "hayır" veya "kesinlikle hayır" yanıtı vermiştir. Bu bulgu, karikatüristlerin önemli bir bölümünün kendilerini güvende hissetmediğini ve otosansüre başvurduğunu göstermektedir. Ayrıca, karikatüristlerin eleştirilerine yönelik aldıkları tepkilerde "yapıcı" (%42) ve "nötr" (%36) yanıtların öne çıkması, toplumun bir kesiminin karikatür sanatına açık olduğunu, ancak yıkıcı ve ilgisiz tepkilerin de azımsanmayacak düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır.

Sosyal medyanın karikatür üretimi üzerindeki etkisi, %58 oranında olumlu değerlendirilmiştir. Dijital platformlar, karikatüristlere yeni ifade alanları sunmakta ve eserlerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Ancak, sosyal medyada da sansür ve otosansürün varlığı, dijitalleşmenin ifade özgürlüğü açısından ikili bir karakter taşıdığını göstermektedir. Toplumsal olayların karikatür çalışmalarına etkisi ise, %42 oranında "olumlu" olarak değerlendirilmiş, bu da karikatüristlerin toplumsal duyarlılık ve eleştirel bakış açısını sanatlarına yansıttıklarını göstermektedir.

Uluslararası alanda karikatürcülere yönelik yaklaşımlar ise genel olarak olumlu olsa da, %30'luk bir kesimin "olumsuz" veya "çok olumsuz" görüş bildirmesi, Türkiye'deki siyasi ve toplumsal sorunların uluslararası imajı da etkilediğini göstermektedir. Karikatüristlerin eserlerinin kitle üzerindeki etkisini ölçmede en çok sosyal medya etkileşimleri ve izleyici geri bildirimlerini kullanmaları, çağdaş medya ortamının dinamiklerini yansıtmaktadır. Meslektaşlar arası dayanışmanın %84 gibi yüksek bir oranda "her zaman" veya "bazen" sağlanıyor olması, karikatüristlerin kolektif mücadeleye verdiği önemi göstermektedir.

Çizimlere sansür uygulanıp uygulanmadığına dair soruda, %44'lük bir kesim sansürle karşılaşmadığını belirtse de, %44'lük bir diğer kesim de "çok sık" veya "ara sıra" sansüre maruz kaldığını ifade etmiştir. Bu bulgu, sansürün karikatür sanatı üzerinde hala ciddi bir tehdit olduğunu göstermektedir. Karikatürcülerin haklarını savunan kuruluşlara üyelik oranının %52 olması, örgütlenmenin belirli bir düzeyde olduğunu, ancak %48'lik bir kesimin bu tür destek mekanizmalarına dâhil olmadığını göstermektedir. Bu durum, mesleki dayanışmanın ve hak savunuculuğunun daha da güçlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Çalışmanın sonuçları, karikatüristlerin büyük çoğunluğunun ifade özgürlüğü ile toplumsal sorumluluk arasında denge kurabildiğini düşündüğünü ortaya koymuştur. Bu, karikatüristlerin etik sorumluluk bilinciyle hareket ettiklerini ve toplumsal hassasiyetleri gözeterek eleştirel üretim yaptıklarını göstermektedir. Yerel ve uluslararası basınla ilişkilerde ise, %72 oranında "iyi" veya "çok iyi" yanıtı alınması, karikatüristlerin medya ile etkileşimlerinin genel olarak olumlu olduğunu, ancak %28'lik bir kesimin ya kötü ilişki yaşadığını ya da hiç ilişki kurmadığını göstermektedir.

Tüm bu bulgular ışığında, Türkiye'de karikatüristlerin basın özgürlüğüne yaklaşımı, hem bireysel hem de kolektif düzeyde direnç, yaratıcılık ve etik sorumluluk ekseninde şekillenmektedir. Karikatüristler, sansür ve baskılara karşı mücadele ederken, aynı zamanda toplumsal eleştirinin ve özgür düşüncenin savunucuları olarak kritik bir rol üstlenmektedirler. Ancak, ifade özgürlüğünün ve basın özgürlüğünün güçlendirilmesi için daha kapsamlı yasal, toplumsal ve kurumsal düzenlemelere ihtiyaç olduğu açıktır.

Bu çerçevede, Türkiye'de karikatüristlerin ifade özgürlüğünü korumak ve geliştirmek için bazı öneriler sunulabiliriz:

- Öncelikle, ifade özgürlüğünü kısıtlayan yasal düzenlemelerin gözden geçirilmesi ve uluslararası standartlara uygun şekilde yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.
- Sansür ve otosansürle mücadele için karikatüristlere yönelik bilinçlendirme ve destek programları oluşturulmalıdır.
- Medya kuruluşları, karikatür sanatına daha fazla alan açmalı ve karikatüristlerin eserlerini özgürce yayımlayabilmeleri için gerekli ortamı sağlamalıdır.

- Dijital platformlarda ifade özgürlüğünü koruyacak mekanizmalar geliştirilmelidir.
- Karikatür sanatının eğitimi ve genç yeteneklerin desteklenmesi için okullarda ve üniversitelerde karikatür atölyeleri açılmalı, yarışmalar ve sergiler düzenlenmelidir.
- Uluslararası işbirliği ve dayanışma ağları güçlendirilerek, karikatüristlerin küresel düzeyde desteklenmesi sağlanmalıdır.
- Toplumsal bilincin artırılması için kamuoyuna yönelik kampanyalar ve etkinlikler düzenlenmeli, karikatürün demokratik toplumlar için taşıdığı önem vurgulanmalıdır.

Son söz olarak diyebiliriz ki karikatüristler, Türkiye'de hem ifade özgürlüğü mücadelesinin hem de toplumsal eleştirinin öncü aktörleri olmaya devam etmektedir. Ancak, bu mücadelenin daha güçlü ve sürdürülebilir olması için yasal, kurumsal ve toplumsal düzeyde kapsamlı adımlar atılması gerekmektedir. Karikatür sanatının özgürce gelişebildiği bir ortam, yalnızca sanatçılar için değil, tüm toplum için daha demokratik ve özgür bir gelecek inşa edilmesine katkı sağlayacaktır.

Etik Beyan

"Günümüz Türkiye'sinde Karikatüristlerin Basın Özgürlüğüne Yaklaşımı" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli olan etik kurul izinleri Maltepe Üniversitesi Etik Kurulu'nun 20.02.2025 tarih ve 2025/04 sayılı toplantısında alınmıştır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Cartoonists' Approach to Freedom of the Press in Today's Turkey*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. In addition, permission was obtained from the Maltepe University Ethics Committee (Date: 20/02/2025 and Decision no: 2025/04) to conduct the research

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Arık, M. B. (2004). Neden sadece gençler mizah dergisi okuyor?. *MEB Eğitim Dergisi, 57*, 250-254.

Bakhtin, M. (2005). *Rabelais ve dünyası* (Çev: Ç. Öztek). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Balcıoğlu, S. (1983). *Cumhuriyet dönemi Türk karikatürü* (Genişletilmiş 4. Baskı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Bayram, Y. (2009). Türkiye'de siyasi karikatürün yeri ve 11nci cumhurbaşkanlığı seçimine ilişkin siyasi karikatürlerin çözümlenmesi. *Selçuk İletişim Dergisi*, *6*(1), 107-123.

Çapanoğlu M. S. (1970). *Basın tarihimizde mizah dergileri*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Çeviker, T. (1986). *Gelişim sürecinde Türk karikatürü 1: Tanzimat dönemi, 1867-1876*. İstanbul: Adam Yayınları.

Çeviker, T. (1988). *Gelişim sürecinde Türk karikatürü 2: Meşrutiyet dönemi, 1908-1918*. İstanbul: Adam Yayınları.

Fiske, J. (1996). *İletişim çalışmalarına giriş*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Hart, M. t. (2007). Humor and social movements: An introduction. *International Review of Social History*, *Vol. 52, Supplement 15: Humour and Social Protest*, 1-20.

Karakışla, Y. S. (2006). Osmanlı mizahında bir kadın sedası (1914): Leylak dergisi. *Toplumsal Tarih, 151*, 44-51.

Kocabaşoğlu, U. (1981). 1919 – 1938 dönemi basınına toplu bir bakış. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksekokulu Yıllığı*, 95-127.

Morreal, J. (1997). *Gülmeyi ciddiye almak* (Çev: K. Aysevener, ve Ş. Soyer). İstanbul: İris Mizah Kültürü.

Okay, C. (2004). *Dönemin milli mizah dergilerinde milli mücadele karikatürleri (1919-1922)*. Ankara: Kültür ve turizm Bakanlığı Yayınları.

Oral, F. S. (1968). *Türk basın tarihi: Osmanlı imparatorluğu dönemi 1728-1922, 1831-1922*. Oral Yayınları.

Öngören, F. (1983). *Cumhuriyet dönemi Türk mizahı ve hicvi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Özocak, G. (2011). Türkiye'de siyasi iktidarın mizahla imtihanı: İfade özgürlüğü ve karikatür. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, *94*, 259-294.

Pope, M. (2012). *Karikatür hakkında öğrenmek istediğiniz her şey*. İstanbul: Profil Yayıncılık.

Rumsey, D. (2010). *Statistics essentials for dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing.

Sanders, B. (2001). *Kahkahanın zaferi - Yıkıcı tarih olarak gülme*. (Çev: K. Atakay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Şahin, Ü. (2011). *Çizginin Gücü: Karikatür ve Sansür*. Umut Vakfı. Erişim adresi: http://www.umut.org.tr/UserFiles/Documents/document_ca5f01b9796a4of782b43262be5fdoa9.pdf

Topuz, H. (1997). *Başlangıcından bugüne dünya karikatürü*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.

Tunç, A. (2002). Pushing The Limits of Tolerance. *Gazette (Leiden Netherlands)*, *64(*1), 47–62. doi:10.1177/1748048502064001030l

Türkiye, Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi'nde 158'inci sıraya yükseldi. (2024, 3 Mayıs). BBC News Türkçe. Erişim adresi: https://www.bbc.com/turkce/articles/c0v0r3rd2jgo

EXTENDED ABSTRACT

This study examines the perspectives and experiences of cartoonists regarding press freedom in contemporary Turkey. It focuses particularly on the challenges posed by censorship, self-censorship, and political pressures. Based on a comprehensive survey of 50 cartoonists, equally divided by gender, the research offers a nuanced understanding of how these artists navigate an increasingly restrictive media environment and the strategies they use to maintain their creative and critical voices. Understanding the historical context of cartooning in Turkey is essential for grasping the current dynamics. Since the Ottoman era, cartoons have been a powerful medium for social and political critique, often pushing the boundaries of public expression. The tradition of using humor and satire to comment on societal issues has persisted through the Republic era, with cartoonists playing a vital role in reflecting and shaping public opinion. However, the political climate in Turkey has always significantly determined the degree of freedom enjoyed by cartoonists. Periods of liberalization have alternated with times of strict censorship, and the present era is marked by heightened restrictions on press and artistic freedom. The survey results reveal that a substantial majority of cartoonists perceive a significant decline in press and expression freedoms in Turkey. Most respondents identify censorship and self-censorship as pervasive issues, citing direct government intervention, legal threats, and the risk of social backlash as contributing factors to an environment of fear and restraint. The data shows that only a small fraction of cartoonists feel they can express themselves freely, while a large proportion report experiencing censorship regularly or occasionally. Many artists have adopted more symbolic, allegorical, or indirect forms of expression to circumvent these restrictions, demonstrating resilience and adaptability. The cartoonists' responses also highlight the dual role of digital and social media platforms. On the one hand, these platforms offer new opportunities to reach wider audiences and bypass traditional gatekeepers. Over half of the participants view the impact of social media on cartoon production positively, citing increased visibility and direct engagement with audiences. However, digital spaces are not immune to censorship. Government monitoring, platform policies, and online harassment continue to pose significant challenges. The migration of censorship from print to digital media underscores the evolving nature of control over artistic expression. Another key finding is the importance of solidarity and professional organization among cartoonists. While over half of the respondents are members of organizations that advocate for cartoonists' rights, a significant minority remain outside these support structures. These associations play a crucial role in providing legal, psychological, and moral support, as well as fostering a sense of community and collective resistance. The high levels of reported solidarity, whether constant or occasional, suggest that cartoonists recognize the value of collective action in defending their rights and promoting freedom of expression. The study also examines the balance between freedom of expression and social responsibility. Most cartoonists believe they can strike this balance, which indicates their strong ethical awareness and commitment to responsible critique. This is especially important in a polarized society, where artistic expression can easily become a flashpoint for controversy. The ability to navigate these tensions is a testament to the professionalism and maturity of Turkey's cartooning community. While international perceptions of Turkish cartoonists are generally positive, a notable segment of respondents report negative or very negative attitudes. This reflects the broader impact of Turkey's political situation on its global image, highlighting the need for greater international engagement and cooperation. Participating in international festivals, exhibitions, and networks can help Turkish cartoonists gain recognition and support while promoting cross-cultural dialogue on freedom and censorship issues. Based on these findings, the study offers recommendations to enhance press freedom and support cartoonists in Turkey. First, legal reforms are needed to align national laws with international freedom of expression standards. Laws that criminalize dissent or enable arbitrary censorship should be repealed or amended. Second, media organizations should provide more space for cartoons and support artists in exercising their creative freedoms. Third, educational initiatives, such as workshops, competitions, and school programs, should be expanded to nurture new talent and raise awareness of the importance of cartooning as a form of social critique. Fourth, digital platforms must implement transparent and fair content

moderation policies that protect artistic expression while addressing legitimate concerns about hate speech and misinformation. Fourth, professional associations should intensify their efforts to recruit and support cartoonists by offering legal aid, mental health resources, and opportunities for professional development. Finally, public campaigns and community events should be organized to foster a broader appreciation of cartoons as vital instruments of democracy and free thought. In conclusion, cartoonists in Turkey are at the forefront of the struggle for press freedom and social criticism. Despite facing significant obstacles, they continue to innovate, adapt, and resist, ensuring that the tradition of critical cartooning endures. The future of press freedom in Turkey depends on the courage and creativity of individual cartoonists, as well as the willingness of society, institutions, and the international community to defend and expand the space for free artistic expression. Turkey can create an environment where cartoonists—and, by extension, all citizens—can participate fully and fearlessly in public discourse by implementing comprehensive legal, institutional, and cultural reforms.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Kurumsal Kimliğin Kent Kimliğine Dönüşümü: Şehir Merkezlerinde Mağaza Tabela Tasarımlarının Aynılaşması

Mehmet Akif GÜNAY[1]

Öz

Kentlerin hızla büyümesi, artan rekabet ve benzer ürün ve hizmetleri sunan mağazaların çoğalması, tüketicilerin zaman kısıtlarını artırmış ve hızlı iletişimi zorunlu hale getirmiştir. Bu doğrultuda, görsel kimliğiyle tüketicileri etkileyen ve seçim süreçlerini kolaylaştıran tabelalar önemli bir ihtiyaç haline gelmiştir. Son dönemlerde markalaşma sürecinde kent kimliği oluşturma çabası içerisine giren kent yöneticileri kentin en uğrak yerleri olan ana caddeler üzerindeki mağazaların tabelalarını bir farklılık oluşturmak adına yeniden tasarlamaktadır. Bu çalışmada, Gümüşhane'nin en dinamik caddelerinden biri olan Cumhuriyet Caddesi üzerindeki 66 mağaza tabelası incelenmiştir. Araştırma, mağaza tabelalarının kurumsal kimlik bağlamında içerdiği sorunları tespit etmeyi amaçlamaktadır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan ve nitel araştırmalarda başvurulan bir yöntemdir. Bu yöntem; verileri sistematik, tarafsız ve sayısal bir şekilde analiz ederek, bir durum içindeki değişkenleri ölçmeyi ve toplanan verileri açıklayabilecek kavramlar ile ilişkiler bulmayı amaçlamaktadır. Örneklem olarak seçilen Gümüşhane ilinde yer alan dükkân/mağaza tabelaları, görsel tasarım ilkelerinden yola çıkılarak altı temel kategori altında analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda kolektif olarak tasarlanan tabelalardan dolayı mağazaların aynılaştığı, birçok mağazanın kurumsal logoya sahip olmadığı, kurumsal kimlik unsurları dikkate alınmadan tasarlandığı, mağaza tabelalarının estetik kaygıyla tasarlanmasına rağmen estetik olmadığı, Gümüşhane belediyesi kimliğiyle bir bütünlük oluşturmadığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kimlik, Kent Kimliği, Tasarım, Görsel Kimlik

Transformation of Corporate Identity into Urban Identity: Identification of Store Signage Designs in City Centres

Abstract

The rapid growth of identity cities, the proliferation of stores offering the same products and services due to the increase in competition, and the acceleration of living conditions have made it necessary for signboards that communicate quickly with consumers who have limited time and facilitate consumers to make choices by influencing them with their visual identity. Recently, city administrators, who are in an effort to create a city identity in the branding process, redesign the signboards of the stores on the main streets, which are the most frequented places of the city, in order to make a difference. In this study, 66 store signs on Cumhuriyet Street, one of the busiest streets of Gümüşhane, were analysed. The research aims to identify the problems that store signs contain in the context of corporate identity. Content analysis method was used in the evaluation of the data obtained. Content analysis is a method frequently used in the field of social sciences and applied in qualitative research. This method aims to measure the variables in a situation and to find concepts and relationships that can explain the collected data by analysing the data in a systematic, objective and numerical way. Shop/store signboards in Gümüşhane, which was selected as a sample, were analysed under six basic categories based on visual design principles. As a result of the research, it has been revealed that the stores have become identical due to the collectively designed signboards, many stores do not have a corporate logo, they are designed without taking into account the elements of corporate identity, although the store signs are designed with aesthetic concerns, they are not aesthetic, and they do not create an integrity with the identity of Gümüşhane municipality.

Keywords: Identity, Urban Identity, Design, Visual Identity

Atıf İçin / Please Cite As:

Günay, M. A. (2025). Kurumsal kimliğin kent kimliğine dönüşümü: Şehir merkezlerinde mağaza tabela tasarımlarının aynılaşması. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1119-1139. doi:10.33206/mjss.1644476

Geliş Tarihi / Received Date: 21.02.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 26.03.2025

[1] Dr. Öğr. Üyesi - Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi, mag-user@hotmail.com,
ORCID: 0000-0003-1039-5440

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Logo ve renk gibi görsel unsurlardan oluşan ve kurumun temel felsefesini tüketiciye aktarma işlevi gören tabelalar kimliğin en önemli aktarıcıları konumundadır. Kentlerin hızlı bir şekilde büyümesi, rekabetin artmasına bağlı olarak aynı ürünü ve hizmeti sunan mağazaların çoğalması, yaşam koşullarının hızlanması zamanı kısıtlı olan tüketicilerle hızlı bir şekilde iletişime geçen ve görsel kimliğiyle tüketicileri etkileyip seçim yapmalarını kolaylaştıran tabelaları gerekli kılmıştır. Ayırt edici ticari unvanların ve amblemlerin gelişimi, rekabetin ilerleyişine işaret eder. İş yapanların kullandıkları en eski işaretler temsil ettikleri zanaat ve el sanatlarının reklamını yaparak yoldan geçenleri etkilemek için kullanılmıştır. Amaç, reklamı yapılan işin bilinirliğini arttırmaktır (Larwood vd., 1866: 376). Tabelalar göstergesi oldukları mekânla ilgili bildirimde bulunur. Tabela tasarımında, kurumu diğerlerinden ayıran sembollerin kullanılması bildirimlerin etkinliği arttırmaktadır. Tabela tasarımındaki özgünlük, binadaki duruşu ve diğer tabelalardan ayırt edilirliği tasarımın önemli ölçütleri içinde yer alır (Zülfikar vd., 2009: 217).

Bazı araştırmalar, çevre ile uyum sağlamak için tutarlı bir yönetim sistemi kurmanın ve bölgelere göre her bir endüstrinin benzersiz kimliğini yansıtan birleşik bir imaj sunmanın önemli olduğunu vurgulamışlardır (Lee, 2004; Song, 2013). Bu bağlamda Cho (2007), işaretlerin boyutunun ve aralığının sabit olmasını, birlik ve ritim duygusu vermek için birkaç renk yeterli olduğunu veya benzer renkleri kullanması gerektiğini ifade etmiştir.

Tabelalar geleneksel olarak mağazalar hakkında bilgi sağlar ve tüketiciler şehirleri gezerken veya tüketici faaliyetlerinde bulunurken tüketicilerin mal satın alma konusunda karar vermelerine yardımcı olur. Tüketiciler görsel olarak sunulan bilgileri okuyup yorumlarlar. Bu durumda, bilgiyi aktarmanın en etkili yollarından biri olan tabelaların görsel unsurları tüketicinin ve tasarımın görsel ilkelerine uygun olarak yapılırsa tüketici bir noktada tabelalardaki sembolleri hızlı algılar ve hafızaya işler (Kim ve Park, 2020: 1). Tabelalar, karşılıklı iletişim ve reklam için bir ortam görevi görür. Ancak modern kentsel sokaklarda, bilgi sağlama araçları olan tabelalar basit olmanın ötesinde sokak manzarasını belirlemede önemli bir faktördür (Yang vd., 2011). Kent kimliğini oluşturma kaygısı, dünyanın birçok yerinde olduğu gibi Türkiye'de 2000'li yılların başlarında tabelalar, daha uyumlu bir görsel dili ifade edecek biçimde, söz konusu sokakların kimliği ve binaların estetiği veya kimliğiyle örtüşecek şekilde, kurumsal kimliklerine ait unsurları terk ederek tekrar yapılmaya başlanmıştır (Zülfikar vd., 2009: 218). Kurumsal mağaza tabelaların kendi kimliklerini bırakarak kent kimliğine uyum adı altında tabelaları yeniden tasarlamaları, kent kimliğiyle uyumlu görünse de mağaza kimliği ve tabelanın ana işlevini yerine getirmesi bakımından büyük bir sorunsalın olduğunu göstermektedir. Çalışma, kent estetiği ile kurumsal markaların kimliği arasındaki dengeyi ele alarak, tabelaların hem kentsel uyumu sağlaması hem de markaların kendilerini yeterince ifade edebilmesi için nasıl bir tasarım stratejisi izlenmesi gerektiğini ortaya çıkarması açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, kent kimliğine uyum sürecinde değiştirilen tabelalar içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Marka Kimliği

Kimlik kelimesi Latince aynı anlama gelen "idem" kelimesinden türemiştir. Kimlik kelimesi aynı zamanda tekrarlanma anlamını içeren "identitem" kavramıyla da ilişkilidir. Türkçe'de ise kimlik, "kim" soru kökünden türetilmiş olup aynı şekilde zorunlu bir mensubiyeti (aidiyet), aynı olmayı, tek olmayı, hangi kişi olmayı ifade eder (Aydoğdu, 2004: 117; Bemstein, 1986). TDK'de "Toplumsal bir varlık olarak insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünü" olarak ifade edilir. Carter (1982) tarafından "Bir kurumun tüm görsel unsurları" olarak ifade edilse de açıklamanın kimlik için sınırlayıcı nitelikte olduğu söylenebilir. Kimlik eğer ayırt edici bir niteliği içeriyorsa ve aynılığı ifade ediyorsa göze hitap eden görsel unsurlarla beraber fonetik, tat ve dokuyla ilgili unsurları da içerir. Bu bağlamda benliği oluşturan, organizmayı veya nesneyi çağrıştıran bütün unsurlar kimlikle ilişki içindedir.

Marka kimliği ile kişi kimliğinin sahip olduğu anlamlar arasında benzerlik bulunmaktadır. Kişiyi çağrıştıran, onun varlık nedenini belirleyen, onu diğerlerinden ayıran kimlik kişiye yön belirler, amaç ve anlam sağlamaya hizmet eder (Aeker, 1996: 68). Kimlik, kişinin kendini neye dayanarak ve nasıl tanımladığı ya da kişiyi diğerlerinden farklı kılan niteliklerin neler olduğu sorularına yanıt bulmasına dayanır (Aydın, 1998: 13). Kapferer, bir kimliğe sahip olmanın, hem diğerlerinden farklı hem de değişime dirençli kişisel bir hedef tarafından yönlendirilen gerçek benliğiniz olduğu anlamına geldiğini ifade eder. Ona göre marka kimliği net bir şekilde tanımlanması için markanın vizyon ve amacının, markayı diğerlerinden farklı kılan niteliklerin, markanın hangi ihtiyacı karşıladığının, varoluş nedeninin, sahip olduğu değerlerin, onun bilinir kılan işaretlerin ve sahip olduğu yeteneklerin belirlenmesi gerekmektedir (2012: 150).

Gerçekleştirildiğinde, marka kimliği, potansiyel olarak işlevsel, duygusal veya kendini ifade eden faydaları içeren bir değer önerisi oluşturarak veya onaylanan markalar için güvenilirlik sağlayarak marka ve müşteri arasında bir ilişki kurmaya yardımcı olmalıdır. Onaylayanın rolü, doğrudan bir değer önerisi sunmaktan ziyade, onaylanan marka için güvenilirlik oluşturmaya yardımcı olmaktır (Aeker ve Joachimsthaler, 200: 43). Markanın kimliği işletmenin bütün can damarlarına nüfuz eder. Kimlik, işletmenin hedeflerini, inançlarını, neden var olduğunu ve değerlerini belirler (Lindstrom, 2006: 11-15). Marka kimliği, markanın bir şeyi nasıl yaptığını gösterir (Olins, 1990: 108). Bu doğrultuda marka kimliği markanın felsefesinin yansımasıdır. Bundan dolayı Aaker, marka kimliğinin markanın stratejik vizyonunun merkezinde yer aldığını ve marka değerine önemli ölçüde katkıda bulunduğunu ifade eder. Marka kimliği markanın kalbi ve ruhu olan çağrışımları ifade eder (1996: 68).

Marka kimliği somut olması bağlamında duyulara hitap eder. Bu doğrultuda marka kimliği görülür, dokunulur, tutulabilir, duyulabilir ve hareketleri izlenebilir niteliktedir. Marka kimliği markanın bilinirliğini arttırır, onu diğerlerinden farklı kılar ve vaatleri ve anlamları ulaşılabilir kılar. Marka kimliğini oluşturan farklı ve çeşitli unsurlar sistemle bütünleşerek (Wheeler, 2009: 4) anlamlı bir bütün oluşturur. Somut olan marka kimliği duyulara hitap ederken bireylerin zihnine ve kalbine tesir eder. Bir kurumun ya da şirketin tasarım dili ve kimliği bütündür. Marka kimliğine yüklenen anlamlar sözlü ve görsel olarak kendini ifade eder. Kimlik markaya destek verir, onu ifade eder, markayla iletişim kurar ve markayı görselleştirir. Genelde kimlik özelde ise görsel kimlik iletişimin kısa, hızlı ve etkili şekilde kurulmasına olanak sağlar. Marka sahip olduğu unsurlarla bir araç ve iletişim matrisi haline dönüşür. Kartvizitlerden web sitelerine, reklam kampanyalarından uçak filolarına ve tabelalara kadar uygulamalarda marka kimliği bilinirliği artırır (Kotler vd., 2006: 315).

Marka kimliği somut niteliklerinin yanında soyut niteliklere de sahiptir. Marka kimliği hem marka kişiliğini de içine alan ve somut değerler olarak kendini gösteren görsel kimlik unsurlarını hem de markanın tüketiciler tarafından algılanan değer ve anlamlar gibi soyut değerleri içeren kapsamlı bir kavramdır (Elden, 2009). Bu bağlamda somut ve soyut unsurların tamamı marka kimliğini oluşturur ve marka farkındalığına ve imajına katkıda bulunur. Marka kimliğinin tutarlılığı, marka öğelerinin ne ölçüde tutarlı olduğuna bağlıdır. İdeal olarak, pazarlamacılar her bir unsuru diğerlerini desteklemek için seçerler ve hepsi markanın ve pazarlama programının diğer yönlerine kolayca dahil edilebilir (Keller, 2013: 167). Marka kimliği kavramı, markanın tüm yönlerini kuşatmakta, markaya ilişkin parçalardan çok bütünü önemsemektir (Uğur, 2018).

Marka kimliği, marka stratejistinin yaratmayı veya sürdürmeyi amaçladığı bir dizi marka çağrışımlarıdır. Bu çağrışımlar, kuruluş üyelerinden müşterilere bir söz anlamına gelir. Bir marka kimliği, tüm marka oluşturma çabalarını yönlendirmek için kullanıldığından, derinliğe ve zenginliğe sahip olmalıdır; bu bir reklam sloganı veya hatta bir konumlandırma ifadesi değildir (Aeker ve Joachimsthaler, 200: 43). Doğru marka kimliğini oluşturmak müşterilerde marka bilinirliğini üst seviyede yaratma anlamını içerir. Marka bilinirliği markanın farkındalığının çeşitli yönlerini ve markanın çeşitli durumlar veya koşullar altında ne kadar kolay ve sıklıkla hatırlandığını ifade eder (Keller, 2013: 107).

Aeker, marka kimliği planlama modelinde marka kimliğini 4 ana yaklaşım çevresinde ele alır ve bu yaklaşımları on iki boyuta ayırır (1996: 79). Bunlar:

- Ürün olarak marka: Ürün alanı, ürün özellikleri, kalite/değer, kullanımlar, kullanıcılar ve kaynak ülke veya bölge.
- Kurum olarak marka: Kurumun özellikleri ve yerel karşıtı küresel.
- Kişi olarak marka: Kişilik ve marka tüketici ilişkileri.
- Sembol olarak marka: Görsel imgeler ve metaforlar, marka mirası

Kapfere (2012: 158), Akkaer tarafından oluşturulan boyutla örtüşen marka kimliğinin altı yönünü fiziksel özellikler, kişilik, marka kültürü, ilişki, müşterinin yansıması ve imaj şeklinde sıralamaktadır. Fiziksel özellikler, göze çarpan nesnel özellikler ya da markayla ilgili hemen akla gelen nitelikleri ifade eder. Kişilik İnsani karakter özelliklerinin markaya atfedilmesidir (Keller, 1993). Bu süreçte marka kişiliği iletişim ile bir karaktere bürünür. Kültür oluşturma planı, bir kurumun müşterilerinde uygun marka izlenimini yaratmak için gerçekleştirdiği aktivitelerle ilgilidir (Knapp, 2003: 5-6). Markanın ilişki boyutu tüketicileriyle kurduğu duygusal ve anlamsal bağlarla ilgilidir. Müşterini yansıması yönü, markaların müşteri tiplerine ya da türlerine göre verdiği cevabı içerir. Bir marka her zaman hitap ettiği alıcı veya kullanıcının bir yansımasını veya imajını oluşturma eğilimindedir. İmaj boyutuyla tüketiciler tavırları aracılığıyla markalara karşı içsel bir ilişki geliştirir (Kapferer, 2012).

Marka kimliği, bir çekirdek kimlik ve bir genişletilmiş kimlikten oluşur. Çekirdek kimlik, markanın zamana bağlı olmayan özünü temsil eder. Markanın hem anlamının hem de başarısının merkezinde yer alan çekirdek kimlik, marka yeni pazarlara girerken ve firma yeni ürünlerle pazara girerken sabit kalmasını en çok tercih ettiği çağrışımları içerir. Genişletilmiş marka kimliği, doku ve bütünlük sağlayan unsurları içerir. Resmi doldurur ve markanın neyi temsil ettiğini göstermeye yardımcı olan ayrıntılar ekler. Genişletilmiş marka kimliği, daha çok marka kimliğinin görülebilir unsurlarını ifade eder (Aeker, 1996: 88-89).

Marka Kimliği Bileşenleri

Marka ismi ile başlayıp iletişim araçlarını içeren; bir logodan web sayfasına, reklam kampanyalarından tabelalara kadar çok farklı yerlerde yer alan marka kimliği, bilinirliğin artmasını ve işletmenin güçlenmesini sağlar. Kimlik unsurları, genellikle temel kimlik unsurları etrafında, kalıcı anlam kalıpları halinde düzenlenir. Marka kimliğini geliştirmenin onu daha etkili hale getirmenin birçok yolu vardır. Sembollerin, isimlerin sloganların ve yeni ürünlerin kullanımı marka kimliğini geliştirmek için önemli bir etkiye sahiptir (Aeker, 1996: 87).

İnsanlar gibi bir kimliğe sahip olan markalar, markanın gelişimi ve sürekliliğini devam ettirebilmesi için temel bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketiciler, bir markayı tercih ederken yalnızca ihtiyaç giderici bir ürünü değil, o ürünün vadettiği kimliği, kişiliği ve diğer yararları da göz önünde bulundurarak satın almaktadır. Bu bağlamda, marka yöneticisi ya da pazarlamacı sunduğu markaya uygun bir kimlik kazandırmalıdır (Çakırer, 2013: 20). Marka kimliği, ürünün tüketiciler tarafından nasıl algılandığı şeklinde ifade edilmektedir. Ürünün değer ve önemini artıran bir olgu olarak karşımıza çıkan marka kimliğinin (Aaker, 1995: 2009), ürün tercihlerinde tüketicilere yön verip yol gösterici bir rolü de bulunmaktadır. Nescafe ile başka bir kahve markasını tadan tüketici, tat olarak ikisini ayırt edemese de hangi kahvenin Nescafe'ye ait olduğunu öğrendikten sonra Nescafe'yi tercih edecektir; bu da marka kimliğinin gücünü göstermektedir. Tüketiciler, tanıdıkları, duydukları markalara karşı güven duygusu geliştirebilmektedir. Marka kimliğini bütüncül olarak değerlendirebilmek için pek çok bileşeni birbiriyle uyum içinde kullanması gerekir. Marka kimliğini oluşturan bu bileşenler şu şekilde özetlenebilir:

a) Marka İsmi: Marka adı, markanın sahip olduğu anlamları en net ve açık şekilde kendinde barındırma özelliğine sahiptir. Bundan dolayı marka adı en güçlü kimlik kaynaklarından biridir. Kapferer, marka adının büyük bir atılım yapmak ve yeni bir norm oluşturmak için gerekli tüm bileşenlere sahip olduğunu ifade eder (2012: 167).

b) Sembol ve Logo: Bir sembol, marka kişiliği üzerinde güçlü bir etkiye sahip olabilir, çünkü kontrol edebilir ve son derece güçlü çağrışımlara sahiptir. Apple'ın ısırılmış elması, Marlboro kovboyu, Michelin adamı markaları için bir kişilik yaratmaya ve güçlendirmeye yardımcı olur (Aeker, 1996: 148).

c) Slogan: Sloganlar marka kimliğinin en önemli unsurları içinde yer alır. Marka kimliğinin önemli unsuru içinde yer alması markaların bütününün slogan kullanmasını neredeyse zorunlu kılmaktadır. Etkili bir slogan markayı tanıtmakta, markanın hatırlanmasına yardımcı olmakta ve marka imajına olumlu yönde katkıda bulunmaktadır (Kohli, vd. 2007: 415). Bir slogan, bir markanın özünü yakalayabilir ve marka değerinin önemli bir parçası olabilir. Slogan, firmanın değerlerini ve kültürünü kristalize etmeye yardımcı olur (Aeker, 1996: 57).

d) Renkler: Renklerin, nesnenin biçim ve grafikli nesnelerden daha hızlı algılanması renk kavramının önemini arttırmaktadır (Teker, 2003: 75). Tüketiciler bir ürünü satın alırken renk faktöründen %85, diğer uyarıcılardan %15 oranında etkilenmektedir. Bu sebeple görsel algılamada renklerin önemi büyüktür (Tekinarslan ve Dal, 2019: 161). Renk, bir tasarımı meydana getiren yapıtaşlarından biridir (Becer, 1997: 59).

e) Ambalaj/Paketleme: Ambalaj görsel kimliğin en özel ve duygusal tasarım alanını temsil eder (Cliff, 2002: 8). Kurum felsefesinin görselleştirilerek anlam kazandığı iletişim mecrasıdır. Ürünü koruma işlevini yerine getirmekle beraber ürünün kaliteli bir şekilde algılanmasını sağlayan ve tanıtan bir işleve de sahiptir.

Marka İmajı

İmaj herhangi bir kişi, kurum, ürün, durum hakkında oluşan görüşlerin toplamıdır (Peltekoğlu, 2012: 572). Dowling, imajı hedef kitlenin bir kişi, kavram veya obje hakkında tanımladığı, hatırladığı ve onunla ilişkilendirildiği anlamlar bütünüdür şeklinde tanımlamaktadır (1986: 109; Okay, 2000). Tanımlardan anlaşılacağı üzere imaj, kişi, ürün, kurum ya da herhangi bir şey hakkında oluşan izlenimler veya düşünceler bütünüdür. Çağrışımlara bağlı olarak oluşan izlenimler veya düşünceler olumsuz olabilir. İmajının

oluşumunda markanın görsel, davranışsal ve iletişim gibi kimlik öğelerinin yanı sıra ulaşılması amaçlanan hedef kitlenin inançlarının, duygularının ve deneyimlerinin de belirleyicidir (Tosun, 2008: 234).

İmaj türleri içerinde yer alan marka imajı, marka çağrışımları sonucu hedef kitlenin zihninde kabul görür ve bir izlenim bırakır. Marka imajı duygusal ya da gerçekçi olsun yüksek oranda hedef kitlenin fenomonolojik alanında oluşan sübjektif ve algısal bir olgudur. Marka imajı söz konusu olduğunda gerçeği algılama gerçeğin kendisinden daha önemlidir. (Dobni ve Zinkhan, 1990: 116-117). Marka imajı, markanın kendi gerçekliği değil, tüketicinin algıladığı gerçekliktir (Özüpek ve Diker, 2013: 103). Marka imajı, markayla ilgili hedef kitlede oluşan izlenimler bütünüdür. Marka imajı; markanın beğenilirlik düzeyi, kalitesi, fiyatı ve kullanışlığı gibi çeşitli özellikleriyle beraber kullanıcıların kişilikleri, izlenimleri, düşünceleri ve markanın çağrıştırdığı kişilik özelliklerini de kapsamaktadır (Gülsoy, 1999: 54).

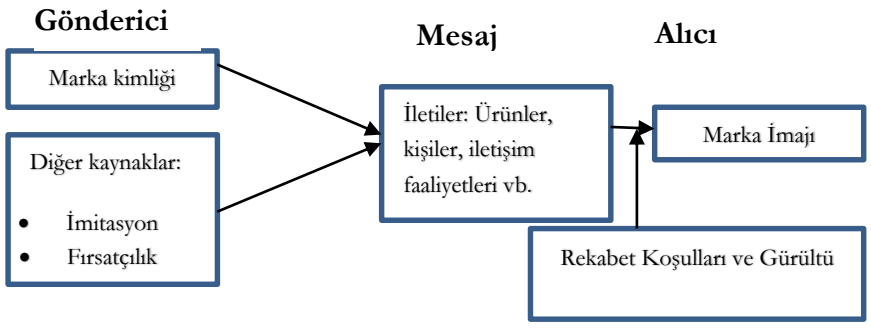
Marka imajını 3 faktör önemli ölüde etkiler (Riezebos vd., 2003: 66). Bunlar: pazarlama iletişimi, tüketici deneyimleri ve sosyal etkidir. Pazarlama iletişim marka kimliğini ifade etmenin en uygun ve etkili yolu olması açısından; tüketici deneyimleri, tüketicilerin deneyimlerinin olumlu sonuçlanması durumunda; sosyal etki ise tüketicilerin markaya ilişkin tutumlarında ve satın alma davranışında etkili olması açısından (Diker, 2018: 54-55) marka kimliği açısından önem arz etmektedir. Bununla beraber kurumsal imaj, ürün imajı, kullanıcı imajı, rakiplerin imajı, marka değeri, görsel öğeler (Biel, 1992: 8; Uztuğ, 2005: 40), iletişim faaliyetleri gibi marka imajı bileşenleri de marka imajının oluşmasında önemli bir role sahiptir.

Marka imajı, hedef kitleye ulaşan çeşitli iletiler aracılığıyla oluştuğundan, marka imajı oluşma sürecini farklı boyutlara sahip sunumlar ile oluşan öznel izlenimlerin sonucu olarak görmek gerekir. Bu bilgiler doğrultusunda marka imajının oluşmasında birey dışı kaynaklar ve birey tarafından ortaklaşa oluştuğu söylenebilir (Fauconnier, 1988). Marka imajı oluşturma aşamasında fark edilebilir ve ayrıcalıklı bir imaj stratejisinin izlenmesi dikkate alınması gereken temel esaslar içerisinde yer alır. Ürünler, markalar ve kurumlar arasında rekabetin artması buna bağlı olarak giderek artan benzerlik tüketicilerin duygusal ve işlevsel nitelikler arasında ayırım yapmayı zorlaştırmaktadır. Bundan dolayı kendini diğerlerinden ayıran ve farklı nitelikleri çağrıştıran marka imajı beklentileri karşılama, bilgi verme ve süreklilik sağlama açısından markayı diğerlerine karşı daha güçlü kılmaktadır (Pruyn, 1990).

Marka İmajı ve Marka Kimliği Arasındaki İlişki

Kimlik ve imaj birbirini tamamlayan kavramlardır. Kimlikle ilgili yapılan tanımlara bakıldığında kimlik, herhangi bir şeyi ya da kişiyi sarmalayan, farklı kılan, onu başkası yapmayan veya kendi yapan nitelikleri kapsar. Bu nitelikler statik ve dinamik olma özelliğine sahiptir. Bu bağlamda kimlik daha çok dışsal bir var oluşu ifade eder. İmaj ise tamamen algısal veya zihinsel bir süreçtir. Daha çok içsel var oluşla ilgilidir. Çünkü imaj çeşitli çağrışımlar sonucu bireyin ya da toplumun kişi, ürün, kurum hakkında sahip olduğu algılamalar ya da izlenimleri bütünüdür. Bu doğrultuda imajın oluşabilmesi için dış çevreden gelen iletilerin duyu organları tarafından algılanması gerekmektedir.

Kapferer (2012: 151-152), marka imajı ve marka kimliği arasındaki ilişkiyi alıcı ve gönderici kavramlarıyla açıklar. Kimlik daha çok gönderici konumundadır. Bu durumda amaç, markanın anlamını, amacını benliğini belirlemektir. İmaj bunun hem sonucu hem de yorumudur. Marka yönetimi açısından kimlik imajdan önce gelir. Bir imajı halka yansıtmadan önce tam olarak neyin yansıtılmak istendiği belirlenmelidir. Şekil 7'de gösterildiği gibi marka imajı, marka adı, görsel semboller, ürünler, reklamlar, sponsorluk ve yayınlar gibi markayla ilgili çeşitli iletilerin hedef kitle tarafından sentezlenmesi sonucu oluşur. İmaj, kodlanan mesajların hedef kitle tarafından açılıp yorumlanmasıyla varlık bulur.



Şekil 1. *Marka Kimliği ve İmajı (Kapferer 2012: 152)*

Marka imajı, hedef kitlenin markayla ilişkilendirdikleri özellikler ve çağrışımlar bütününü ifa eder (Biel, 1993: 71). Marka imajı marka kimliğinin bir unsurudur (Aaker, 1996: 111). Marka imajı daha çok tüketicilerin algısıyla ilişkilidir, marka kimliği ise kurumun markayı nasıl tanımladığıdır. Marka kimliği, işlevsel, duygusal ve ifadesel faydaları içeren değer önermeleri oluşturarak marka ile tüketici arasında iletişim kurmalıdır (Aaker, 1996: 68). Marka kimliği imajın yeniden yapılandırılması konusunda ilham verici bir özelliğe sahiptir. Genel anlamda marka kimliği, örgütün markanın neyi temsil etmesini istediğini ile ilgili anlamları içerir (Aeker ve Joachimsthaler, 200: 40). Bu temsiller bütünü, iletiler şeklinde hedef kitle tarafından algılanır, yorumlanır ve bir izlenime dönüşür.

Amblem ve Logo

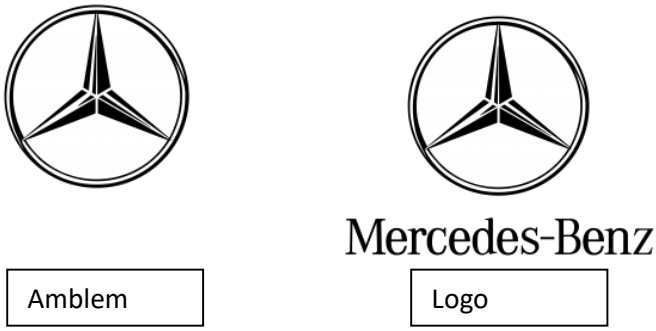
Günlük hayatımızda bizleri bilgilendiren, karar verme aşamasında yönlendiren ve sosyal alanı paylaşma konusunda yardımcı olan görsel öğeler bulunmaktadır. Farklı unsurlardan oluşan bu görsel öğeler, markalar için özel tasarlanmaktadır. Amblem ve logo ise markanın en önemli kimlik taşıyıcısıdır. Amblem, bir şirketi ürünü veya markayı temsil eden çizgi ve şekillerle yapılan soyut ya da somut simgelerden oluşan ve sözcük özelliği göstermeyen görsel ifade biçimlerinden biridir. Amblem, yapı olarak bir düşünceyi somut, soyut, doğrudan veya dolaylı olarak aktarabilme özelliğini taşıyabileceği gibi, ürün ya da hizmetlerin sahip olduğu ana fikirler de amblemin temel yapısını oluşturabilmektedir (Tepecik, 2002: 61). Amblemler aracılığıyla kişiler algıladıklarını, farklı yaşam alanlarından deneyim ve duygularıyla birleştirerek, markayı çağrıştırıp hatırlayabilmektedir. Görsel iletilerin hafızada daha kolay algılanması ve daha kalıcı olması sebebiyle soyut anlamların biçime dönüşmesine olanak tanıyan amblem, hizmet ettiği kavrama çağrışım yaparak marka ve kurum kimliğinin bilinirliğinin artmasında önemli rol oynar (Teker, 2009: 88). Amblemlerin görsel öğelerle oluşturulması markanın okuma yazma bilmeyen kişiler tarafından algılanmasını da kolaylaştırmaktadır.

Logo, bir kuruluşun, ürünün, hizmetin ya da tüzel bir oluşumun karakter yapısını temsil eden grafik sembollerdir (Ambrose ve Harris: 2014: 148). Bir kurumun tutum ve değerlerini uyum içinde kullanılan imgeler, kelimeler, şekiller veya renkler aracılığıyla görsel olarak iletebilme özelliğine sahiptir. Logo/amblem aslında bir kurumun "imzası" niteliğindedir (Adir ve Pascu, 2014: 140). Hedef kitleye marka imajının iletilmesini sağlayan logolar, çağın gereklilikleri ve değişen yaşam koşullarına göre değişim gösterirken, güncellenebilir veya revize edilebilirler (Görgülü, 2018: 257). Amblem ve logoların nihai amacı; tüketici zihnine girebilmek ve orada kalıcı olmaya çalışmaktır.

Kurum kimliğinin görünen yüzü olan logo ve amblemler kuruma ait ön bilgi verebilmesi açısından da önem taşımaktadır. Kurumun ne olduğu, vizyon ve misyonu, hizmet felsefesi gibi konular hakkında insanlara bilgi iletmektedir. Logo ve amblemlerde kullanılan renkler, tipografiler işaret ve semboller kurum felsefesinin birer taşıyıcısı görevini üstlenmektedir.

Kimlik markaların benzersizliklerini vurgular (Çağlar Demir 2024: 202). Kuruluşların kimliklerini ve benzersizliklerini yansıtmasında önemli yer tutan logo, dil ile desen arasında gidip gelen karma bir reklam gösterendir (Adam ve Bonhomme, 1997: 62). Bu gösterenler dilsel öğeleri barındırmakla birlikte çeşitli işaret ve sembollerden de oluşmaktadır. Edell (1983: 59), sembol kullanımının en büyük yararının bilinirlik üzerine olduğunu belirterek, ürünle çağrışımı sağlanan bir sembolün tekrar eden bir şekilde tüketiciye iletilmesi sonucunda tüketicinin markayı tanıyıp hatırlamasının kolay olacağını belirtir. Bu bağlamda, tüketicinin zihninde güçlü bir çağrışım oluşturabilen semboller kullanılmalı, kullanılan sembolün tek bir anlamı taşımasına özen gösterilmelidir. Aksi halde tüketici markayla bir çağrışım oluşturamayacak bu da markanın tanınmasını güçleştirecektir. Amblem ve logoların kurumların kendilerini görsel olarak ifade edebilen önemli iletişim silahları olduğu unutulmamalıdır.

Logolar sadece tipografiyle (firma adı) oluşabileceği gibi işaret ve sembollerden de oluşturulabilir. Amblemlerde firmanın ismi kullanılmamakta, Logotype da ise hem firmanın ismi hem de işaret, sembol ve şekiller kullanılabilir. Örneğin (Bknz. Resim. 1.), Mercedes Benz yazısı logotype, daire içinde yıldız şekli ise amblem, yazı ve şeklin bir arada kullanımı ise logoyu oluşturmaktadır. Logoda kullanılan daire içindeki yıldız ise markanın kara, hava ve suda sahip olduğu gücünü tanımlamaktadır. Örnekten de hareketle logo ve amblemlerde kullanılan şekil ve biçimlerin bir anlamı karşıladığı görülmektedir. Bu sebeple kullanılacak şekillerin firmanın özünü doğru yansıtması, firmaya özgü olması, uygulanacak mecraya uygun olması, sade basit akılda kalıcı şekillerden oluşması ve şekillerde ikiden veya üçten fazla renk kullanılmaması firmayla hedef kitle arasında gerçekleştirilecek olan anlam aktarımında dikkat edilmesi gereken hususların başında gelmektedir.



Resim 1. *Mercedes-Benz Amblem ve Logosu*

Amblem ve Logo Türleri

Logo, markanın görsel temsili olan amblem ile markanın isminin dikkat çekici biçimde bir araya gelmesiyle oluşmaktadır (Ries ve Ries, 2004: 131). Logolar var olan bir yazı fontunun kullanılmasıyla oluşturulabileceği gibi, yeni bir font tasarlanarak da yapılabilir. Genel anlamda kullanılan logo/amblem çeşitleri ise şunlardır:

1.Tipografik Logolar: Metinsel kurgularla hazırlanan logolardır. Tipografik logoları Harf ve İsim Logolar şeklinde iki kategoriye ayırabiliriz.

a. Harf Logolar: Tipografik karakterler içeren harf logolar, genellikle kurumun isminin baş harflerinden oluşan kısaltılmış isimdir. Sözcük özelliği taşımazlar. General Electric GE, Hewlett-Packard HP olarak bilinir. GE veya HP harflerini gördüğümüzde, bunların hangi şirkete ait olduğunu biliriz. Bu şekilde sözcüklerin ilk harflerin kullanılması ile oluşturulan tasarımlar monogram olarak adlandırılır. Sade ve basit bir şekilde tasarlanırsa akılda kalıcılığı da yüksek olabilir.

Resim 2. *HP ve GE Logoları*

b. İsim Logolar: En sık kullanılan logo çeşitlerinden biridir. Metin ve harf üzerinde yoğunlaşan isim logolarda, çoğunlukla grafik öğeler yer almaz. Ayakkabı Dünyası, Akbank isim logoya örnektir. İsim logolar, zaman ve para kısıtlı olduğunda ve geniş bir pazarlama kampanyasını göze alamadığınız durumlarda tercih edilebilir. Marka ismi doğrudan kullanıldığı için ayrıca marka ismini hatırlatmak amacıyla ekstra kampanyalara gerek duyulmaz.

Resim 3. *Ayakkabı Dünyası ve Akbank Logosu*

2. Sembol Logolar: Sembol logolar soyut ya da somut sembollerden oluşabilir. En ünlü sembol logolardan biri Nike'ın logosudur. İsmini aynı isimdeki Yunan zafer tanrıçasından alan Nike, kullandığı sembol ile de zafer işaretini anımsatmaktadır. Bu logoda da olduğu gibi sembol logolar, bazen soyut olarak konuyu temsil ederler. Birçok kişi Nike adını görmeden bile simgesini görünce markayı tanıyabilmektedir. Kurumun adı uzunsa ve telaffuzu zorsa tercih bu logo çeşidi tercih edilebilir.

Resim 4. *Nike Logosu*

3. İkon Logolar: Sembol ve isim logonun kombinasyonundan oluşması sebebiyle "kombinasyon-/hibrit logolar" olarak da tanımlanabilir. Hem yazı hem de görsel kullanıldığı için okuyucular tarafından daha hızlı algılanır. İyi tasarlanmış bir ikon logo temsil ettiği şirketin kişiliğini yansıtır. Örneğin, Algida ve Redbull'un logoları gibi. Pazara yeni giren küçük şirketler tarafından marka isminin akılda daha fazla kalabilmesi tercih edilebilir. Şirket pazarda varlığını sürdürüp tanınınca yalnızca markanın sembolü de kullanılabilmektedir.

Resim 5. *Algida ve Red Bull Logoları*

Yöntem

Bu çalışmada, elde edilen verilerin değerlendirilmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan ve nitel araştırmalarda başvurulan bir yöntemdir. Bu yöntem; verileri sistematik, tarafsız ve sayısal bir şekilde analiz ederek, bir durum içindeki değişkenleri ölçmeyi ve toplanan verileri açıklayabilecek kavramlar ile ilişkiler bulmayı amaçlamaktadır. "İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır." (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 227). Örneklem olarak seçilen Gümüşhane ilinde yer alan dükkân/mağaza tabelaları, görsel tasarım ilkelerinden yola çıkılarak 6 temel kategori (Renk, renk türü, renk armonisi, logo, tipografi ve puntu/espas) altında analiz edilmiştir. Amaç, şehrin en yoğun caddesinde yer alan tabelaların şehrin kimliğine olan uyumunu ve tabelanın temel işlevi olan; bilgi verme, farkındalık oluşturma rollerini değerlendirmektir. Ayrıca oluşturulan kategoriler sonucunda çalışmanın güvenirlik ve geçerliliğinin tespit edilebilmesi için çalışma, alanda uzman iki akademisyen tarafından da kodlanmıştır. Kodlayıcıların analiz sonucunda da %87 benzerlik göstermiştir. Bu bilgiler doğrultusunda iki farklı kodlayıcının birbirinden bağımsız gerçekleştirdiği kodlama kılavuzunun güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın Önemi ve Amacı

Kurumsal görsel tasarımı kurumları farklı ortamda temsil etmekle beraber, kurumlara ve markalara farklılık katarak onların akılda kalmasını sağlar. Tasarlanan görsel kimlik kurumun misyon ve vizyonunu içinde barındırarak kurumun temel amacını en basit ve açık bir şekilde insanlara iletir. Bu bağlamda görsel kimliğini kurum felsefesi temelinde inşa eden kurumlar ve kentler rekabet etme gücüne ulaşır ve kendini rakiplerinden farklılaştırarak hedeflere daha kolay ulaşır. Kentlerin büyümesine bağlı olarak aynı ürünü ve hizmeti sunan işletmelerin çoğalması hedef kitlelerle hızlı iletişime geçen ve görsel kimlikleriyle onları etkileyen tabelaları gerekli kılmıştır. Bundan dolay kurumların ve kentlerin kimlikleri tasarım ilkelerine göre inşa etme bilincine ulaşmaları önem arz etmektedir. Bu çalışmada Gümüşhane Belediyse tarafından kolektif olarak tasarlanan, bilgi verme ve farkındalık oluşturma rollerine sahip mağaza tabelaları tasarım ilke ve kuralları bağlamında nasıl tasarlandıkları anlaşılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Gümüşhane merkezde Belediye tarafından tasarlanan yaklaşık 130 mağazanın tabelaları araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Tasarlanan mağaza tabelalarının yaklaşık yarısı (66 mağaza) örneklem olarak alınmıştır. Farklılığı azaltan aynı renklerin ve tasarımın kullanılmasına bağlı olarak sorunsalın tam olarak ortaya çıkarılması için örnek miktarı yüksek tutulmuştur.

Sınırlılıklar

Araştırma, Gümüşhane ilinde belediye tarafında kent kimliğini oluşturma ve şehre estetik katma amacıyla yapılan mağaza tabelalarını kapsamaktadır. Diğer mağaza tabelaları kapsam dışında bırakılmıştır.

Bulgular

Çalışma evreni yaklaşık olarak 130 işletmeyi içermektedir. Daha sağlıklı verilere ulaşılması için örneklem geniş tutulmuştur. Örnekleme 66 işletme dâhil edilmiştir. İşletmelerin kurumsal tabelaları sektör, renk, renk türü, renk armonisi, logo, tipografi, Punto/espas bağlamında analiz edilmiştir.

Sektör, Renk, Renk Türü, Renk Armonisine İlişkin Bulgular

Örnekleme dâhil edilen işletmelerin 20 tanesi gıda, 15 tanesi giyim/tekstil, beş tanesi inşaat, üç tanesi elektrik tamir, ikişer tane sağlık, kuaför, mutfak malzemesi satışı, mobilya, eğitim, birer tane ulaşım, kozmetik, zücaciye, aksesuar, teknoloji, enerji, bisiklet tamir, ikinci eşya alım satım, beyaz eşya, servis/tamir ve şans oyunları alanında/sektöründe faaliyet göstermektedir. Bununla beraber kültür merkezi ve KOSGEB kurumları da örneklem içerinde yer almaktadır (Tablo 1).

Tablo 1. *İşletmelerin Sektörel Dağılımları ve Oranları*

Sektör	Firma Sayısı	Oran (%)
Gıda	20	30.30%
Giyim/Tekstil	15	22.73%
İnşaat	5	7.58%
Elektrik Tamir	3	4.55%
Sağlık	2	3.03%
Kuaför	2	3.03%
Mutfak Malzemesi Mağazası	2	3.03%
Mobilya	2	3.03%
Eğitim	2	3.03%
Ulaşım	1	1.52%
Kozmetik	1	1.52%
Zücaciye	1	1.52%
Aksesuar	1	1.52%
Teknoloji	1	1.52%
Enerji	1	1.52%
Bisiklet Tamircisi	1	1.52%
Pazarlama (2. el)	1	1.52%
Beyaz eşya mağazası	1	1.52%
Servis tamir	1	1.52%
Milli Piyango	1	1.52%
Kültür Merkezi	1	1.52%
KOSKEB	1	1.52%
Toplam	**66**	**%100**

İncelenen cadde üzerindeki 66 işletmenin sektörel dağılımına bakıldığında, gıda sektörü %30.3 ile en büyük paya sahiptir. Bunu %22.73 ile giyim/tekstil sektörü takip etmektedir. Bu iki sektörün toplam oranı %53.03 olup, cadde üzerindeki işletmelerin yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Bu durum, ilgili caddenin temel tüketim ürünleri üzerine yoğunlaştığını göstermektedir.

Diğer sektörlerin oranları ise oldukça düşük seviyededir. Örneğin, inşaat (%7.58), elektrik tamircisi (%4.55), sağlık, kuaför, mutfak malzemesi mağazası, mobilya ve eğitim gibi sektörlerin her biri %3.03 oranında yer almaktadır. Ulaşım, kozmetik, zücaciye, aksesuar, teknoloji, enerji, bisiklet tamircisi gibi sektörlerin ise %1.52 gibi oldukça düşük oranlarla temsil edildiği görülmektedir.

Tablo 2. *İşletmelerin Tabela Tasarımında Renk Kullanım Oranları*

Renk	Kullanıldığı Firma Sayısı	Oran (%)
Mavi	14	21,21%
Kırmızı	11	16,67%
Sarı	9	13,64%
Turuncu	7	10,61%
Pembe	4	6,06%
Yeşil	3	4,55%
Beyaz	3	4,55%
Gri	2	3,03%
Lacivert	1	1,52%
Çoklu Renk (İki renk Kullanan)	6	9,09%
Çoklu Renk (İkiden fazla renk Kullanan)	6	9,09%
Toplam	**66**	**100%**

Kullanılan renklere değerlendirildiğinde 54 işletmenin tabela tasarımında tek renk, 6 işletmenin tabela tasarımında iki renk ve 6 işletme ise ikiden fazla renk kullanılmıştır. Tek renk kullanan işletmelerden 14 tanesi mavi renk (%21,21), 11 tanesi kırmızı renk (%16,67), 9 tanesi sarı renk (%13,64), 7 tanesi turuncu renk (%10,61), 4 tanesi pembe renk (%6,06), üçer tane beyaz ve yeşil renk (%4,55), 2 tane gri (%3,03) ve 1 tane lacivert (%1,52) renk kullanmıştır. Çoklu renk kullanan firmaların 6 tanesi (%9,09) iki renk kullanırken diğer 6 tanesi (%9,09) ikiden fazla renk kullanarak daha dinamik ve çok renkli tasarımlar yapmıştır. Çoklu renk kullanımının toplam oranı %18,18 olup, bu da işletmelerin önemli bir kısmının geleneksel tek renk yerine daha hareketli bir görsellik tercih ettiğini göstermektedir.

Tablo 3. *Sektörel Bağlamda Renk Kullanım Dağılımları*

Sektör	**Renkler**											
	Mavi	**Kırmızı**	**Sar**	**Turuncu**	**Pembe**	**Yeşil**	**Beyaz**	**Gri**	**Lacivert**	**Çoklu (2 renk)**	**Çoklu (2'den çok)**	**Toplam**
Gıda	1	5	6	3		1				1	3	**20**
Giyim/Tekstil	4	1	1		3	2	1	2		1		**15**
İnşaat	2		1	1							1	**5**
Elektrik Tamir	1			1					1			**3**
Sağlık										1	1	**2**
Kuaför					1		1					**2**
Mutfak Malzemesi Mağazası		1					1					**2**
Mobilya	1	1										**2**
Eğitim		1									1	**2**
Ulaşım										1		**1**
Kozmetik				1								**1**
Zücaciye			1									**1**
Aksesuar		1										**1**
Teknoloji	1											**1**
Enerji	1											**1**
Bisiklet Tamircisi										1		**1**
Pazarlama (2. el)				1								**1**
Beyaz eşya mağazası	1											**1**
Servis tamir										1		**1**
Milli Piyango	1											**1**
Kültür Merkezi		1										**1**
KOSKEB	1											**1**
Toplam	**14 (21.21%)**	**11 (16.66%)**	**9 (13.63%)**	**7 (10.60%)**	**4 (6.06%)**	**3 (4.54%)**	**3 (4.54%)**	**2 (3.03%)**	**1 (1.51%)**	**6 (9.09%)**	**6 (9.09%)**	**66 100%)**

İşletmelerin faaliyet alanları bağlamında renk kullanımı bulgulandığında giyim/tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin dördü, inşaat işletmelerin ikisi, şans, gıda, elektrik, beyaz eşya, teknoloji,

mobilya, enerji işletmelerinden birer tane ve bir kamu kurumu toplam on dört işletme mavi rengi kullanmıştır.

Tabelalarda beş gıda işletmesi ve birer tane giyim, aksesuar, mobilya, eğitim mutfak malzemesi satışı yapan işletme, ve kültür merkezi olmak üzere on bir işletme kırmızı renk kullanmıştır.

Gıda sektöründe faaliyet gösteren altı işletme sarı rengi kullanırken, zücaciye, giyim, inşaat sektöründe bulunan birer işletme sarı rengi kullanmayı tercih etmiştir.

Turuncu rengin kullanım dağılımına bakıldığında, gıda alanında faaliyet gösteren üç işletme ve kozmetik, spot eşya, elektronik, inşaat alanında bulunan birer işletme turuncu rengini tabelalarda kullanmıştır.

Tabela tasarımında üç giyim/tekstil firması ve bir kuaför pembe rengi; kuaför, mutfak malzemesi satışı ve giyim/tekstil alanında faaliyet gösteren birer firma beyaz rengi; iki giyim/tekstil ve bir gıda firması yeşil rengi; iki giyim/tekstil firması gri ve bir elektrikçi lacivert rengi kullanmıştır.

Tabela tasarımında en çok kullanılan renkler mavi, sarı, kırmızı ve turuncu olmuştur. En çok kullanılan bu renkler toplam renk kullanımının %62,12'sine denk gelmektedir.

Tablo 4 *Sektörel Bağlamda En Çok Kullanılan Renkler*

Sektör	En Çok Kullanılan Renkler
Gıda	Sarı, Kırmızı, Turuncu
Giyim/Tekstil	Mavi, Pembe, Yeşil, Gri
İnşaat	Mavi, Sarı, Turuncu
Elektrik Tamir	Mavi, Turuncu, Lacivert
Sağlık	Çoklu renk
Kuaför	Pembe ve beyaz
Mutfak Malzemesi Mağazası	Kırmızı, Beyaz
Mobilya	Mavi, Kırmızı
Eğitim	Kırmızı
Ulaşım	Çoklu
Kozmetik	Turuncu
Zücaciye	Sarı
Aksesuar	Kırmızı
Teknoloji	Mavi
Enerji	Mavi
Bisiklet Tamircisi	Çoklu
Pazarlama (2. el)	Turuncu
Beyaz eşya mağazası	Mavi
Servis tamir	Çoklu
Milli Piyango	Mavi
Kültür Merkezi	Kırmızı
KOSKEB	Mavi

Tabloya bakıldığında gıda sektöründe faaliyet gösteren firmalar Kırmızı, Turuncu, Sarı gibi sıcak renkleri tercih etmiştir. Giyim sektöründe faaliyet gösteren firmalar ise çoğunlukla soğuk renkler (Mavi, Yeşil, Gri) kullanmıştır. İnşaat sektörü ise hem sıcak hem de soğuk renkler kullanmıştır.

Logo Türü, Tipografi ve Punto/Espas Kullanımına İlişkin Bulgular

Tipografik logolar, toplam 66 logo içinde 46 adet (69.7%) ile açık ara en çok tercih edilen logo türü olmuştur. Gıda sektörü (16 adet, 24.24%), giyim/tekstil sektörü (12 adet, 18.18%) ve inşaat sekörü (4 adet 6.06%) tipografik logoları en fazla kullanan sektörlerdir.

Sembol logolar, toplamda 9 adet (13.6%) kullanılmıştır. Sağlık sektörü (2 adet, 3.03%) ve gıda sektörü (3 adet, 4.55%), sembol logoları en fazla tercih eden sektörlerdir.

***Tablo 5**. Sektörlerin Logo Türlerini Kullanma Sayıları ve Oranları*

Sektör	Logo Türleri						
	Tipografik Logo	**Sembol Logo**	**Tipografik – Sembol Logo**	**Tipografik-Kurumsal logo**	**Sembol-Kurumsal Logo**	**İkon Logo**	**Toplam**
Gıda	16 (24.24%)	3 (4.55%)	0	0	1 (1.52%)	0	20
Giyim/Tekstil	12 (18.18%)	1 (1.52%)	0	2 (3.03%)	1 (1.52%)	0	15
İnşaat	4 (6.06%)	1 (1.52%)	0	0	0	0	5
Elektrik Tamir	3 (4.55%)	0	0	0	0	0	3
Sağlık	0	2 (3.03%)	0	0	0	0	2
Kuaför	2 (3.03%)	0	0	0	0	0	2
Mutfak Malzemesi Mağazası	1 (1.52%)	0	0	1 (1.52%)	0	0	2
Mobilya	1 (1.52%)	0	0	1 (1.52%)	0	0	2
Eğitim	0	1 (1.52%)	0	0	1 (1.52%)	0	2
Ulaşım	1 (1.52%)	0	0	0	0	0	1
Kozmetik	1 (1.52%)	0	0	0	0	0	1
Zücaciye	1 (1.52%)	0	0	0	0	0	1
Aksesuar	1 (1.52%)	0	0	0	0	0	1
Teknoloji	0	1 (1.52%)	0	0	0	0	1
Enerji	0	0	0	1 (1.52%)	0	0	1
Bisiklet Tamircisi	1 (1.52%)	0	0	0	0	0	1
Pazarlama (2. el)	1 (1.52%)	0	0	0	0	0	1
Beyaz eşya mağazası	0	0	0	1 (1.52%)	0	0	1
Servis tamir	0	0	0	1 (1.52%)	0	0	1
Milli Piyango	0	0	1 (1.52%)	0	0	0	1
Kültür Merkezi	1 (1.52%)	0	0	0	0	0	1
KOSKEB	1 (1.52%)	0	0	0	0	0	1
Toplam	**46**	**9**	**1**	**7**	**1**	**2**	**66**

Tabloya bakıldığında 66 işletme içerisinde sadece 8 işletmenin kurumsal logo kullandığı görülmektedir. Bu işletimlerden yedisi tipografik kurumsal logo kullanmıştır. İşletmelerden bir tanesi ise sembol-kurumsal logo kullanmıştır. Kurumsal logo kullanan işletmelerin yedisi ulusal ve uluslararası pazarda faaliyet gösteren Collezione Karaca, Bosch Servisi, Siemens mağazası Rodi giyim, Aksa Doğalgaz ve Muzipo Kids işletmeleridir. Kurumsal logo kullanan işletmelerin bir tanesi yerel firmadır (Arısan Mobilya).

Tablo 6, farklı sektörlerde kullanılan tipografi türlerini ve bunların dağılımını göstermektedir. Tabloda Serifli Miniskül, Serifli Majüskül, Serifsiz Miniskül, Serifsiz Majüskül, Serifsiz Majüskül-Miniskül, Serifli-Serifsiz Majüskül kategorileri yer almaktadır.

***Tablo 6**. Sektörlerin Logo Türlerini Kullanma Sayıları ve Oranları*

Sektör	Tipografi Kullanımı						
	Serifli Miniskül	**Serifli Majüskül**	**Serifsiz Miniskül**	**Serifsiz Majüskül**	**Serifsiz Majüskül Miniskül**	**Serifli-Serifsiz Majüskül**	**Toplam**
Gıda		3 (4.54%)	1 (1.51%)	15 (22.72%)		1 (1.51%)	20
Giyim/Tekstil	1 (1.51%)	2 (3.00%)	1 (1.51%)	9 (13.63%)	1 (1.51%)	1 (1.51%)	15
İnşaat			1 (1.51%)	4 (6.00%)			5
Elektrik Tamir				3 (4.54%)			3
Sağlık				2 (3.00%)			2
Kuaför		1 (1.51%)			2 (3.00%)		2
Mutfak Malzemesi Mağazası			1 (1.51%)	1 (1.51%)			2
Mobilya	1 (1.51%)	1 (1.51%)					2
Eğitim			1 (1.51%)			1 (1.51%)	2
Ulaşım		1 (1.51%)					1
Kozmetik				1 (1.51%)			1
Zücaciye				1 (1.51%)			1
Aksesuar				1 (1.51%)			1
Teknoloji					1 (1.51%)		1

***Tablo 6**. Devamı*

Sektör	Tipografi Kullanımı						
	Serifli Miniskül	Serifli Majüskül	Serifsiz Miniskül	Serifsiz Majüskül	Serifsiz Majüskül Miniskül	Serifli-Serifsiz Majüskül	Toplam
Enerji					1 (1.51%)		1
Bisiklet Tamircisi				1 (1.51%)			1
Pazarlama (2. el)				1 (1.51%)			1
Beyaz eşya mağazası				1 (1.51%)			1
Servis tamir				1 (1.51%)			1
Milli Piyango				1 (1.51%)			1
Kültür Merkezi				1 (1.51%)			1
KOSKEB				1 (1.51%)			1
Toplam	**2**	**8**	**5**	**44**	**4**	**3**	**66**

En yaygın kullanılan tipografi türü Serifsiz Majüskül (44 kullanım - %66,6) olarak öne çıkmaktadır. Serifli Miniskül en az tercih edilen kategori (2 kullanım - %3,0) olmuştur. Serifsiz tipografiler, serifli tipografilere kıyasla daha fazla kullanılmıştır. Bu da modern ve okunaklı tasarımların daha fazla tercih edildiğini göstermektedir.

Gıda sektöründe (20 işletme) Serifsiz Majüskül (15 kullanım - %75), en çok tercih edilen tipografi türüdür. Gıda sektöründe markalar genellikle güçlü ve net bir algı oluşturmak için serifsiz majüskül tipografiye yönelmektedir.

Giyim sektöründe (15 işletme) Serifsiz Majüskül yine en çok kullanılan (9 kullanım - %60) tipografidir. Serifli Miniskül, Serifli Majüskül, Serifsiz Miniskül gibi daha çeşitli kullanımlar da mevcuttur. Bu sektörde tipografi seçimi daha dengelidir, farklı yazı stilleri kullanılmıştır.

İnşaat Sektörü (5 işletme) Serifsiz Majüskül (4 kullanım - %80) en yaygın seçim olmuştur. İnşaat sektöründe güçlü, net ve sağlam bir marka kimliği yaratmak için serifsiz büyük harf kullanımı ön plandadır.

***Tablo 7**. Sektörlerin Logo Türlerini Kullanma Sayıları ve Oranları*

Sektör	Puntu-Espas Kullanımı						
	Büyük Normal	Büyük Sıkı	Büyük Aralıklı	Küçük Normal	Küçük Sıkı	Büyük, Küçük Normal	Toplam
Gıda	8 (12.12%)	9 (13.64%)	1 (1.52%)	1 (1.52%)	1 (1.52%)		20
Giyim/Tekstil	9 (13.64%)	4 (6.06%)	1 (1.52%)	1 (1.52%)			15
İnşaat	1 (1.52%)	4 (6.06%)					5
Elektrik Tamir	2 (3.03%)	1 (1.52%)					3
Sağlık	2 (3.03%)						2
Kuaför		2 (3.03%)					2
Mutfak Malzemesi Mağazası			1 (1.52%)			1 (1.52%)	2
Mobilya		2 (3.03%)					2
Eğitim	2 (3.03%)						2
Ulaşım	1 (1.52%)						1
Kozmetik	1 (1.52%)						1
Züccaciye	1 (1.52%)						1
Aksesuar						1 (1.52%)	1
Teknoloji						1 (1.52%)	1
Enerji	1 (1.52%)						1
Bisiklet Tamircisi						1 (1.52%)	1
Pazarlama (2. el)	1 (1.52%)						1
Beyaz eşya mağazası	1 (1.52%)						1
Servis tamir				1 (1.52%)			1
Milli Piyango	1 (1.52%)						1
Kültür Merkezi		1 (1.52%)					1
KOSKEB	1 (1.52%)						1
Toplam	**32**	**23**	**3**	**3**	**1**	**4**	**66**

Tablo, farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin tabela tasarımında punto (harf büyüklüğü) ve espas (harfler arası boşluk) kullanım tercihlerini göstermektedir. Punto-espas kullanımında en yaygın

kullanım türü "Büyük Normal" (32 işletme, %48.5) ve "Büyük Sıkı" (23 işletme, %34.8) tasarım biçimleridir. Bu durum, işletmelerin tabelalarda genellikle büyük puntolu yazıları tercih ettiğini, ancak harf aralıklarının büyük oranda normal ya da sıkı tutulduğunu göstermektedir.

"Küçük Sıkı" sadece 1 işletme tarafından tercih edilmiştir. Aynı şekilde "Büyük Aralıklı" ve "Küçük Normal" seçenekleri de çok sınırlı bir tercih oranına sahiptir (3'er işletme). Bu da, işletmelerin tabelalarında genellikle büyük puntolu yazıları tercih ettiğini ve küçük puntolu tasarımlardan kaçındığını göstermektedir.

Tablo, sektör bazlı okunduğunda gıda sektörü (20 işletme) büyük puntolu yazıyı en çok kullanan sektör olmuştur. Bu sektörde "Büyük Normal" (%12.12) ve "Büyük Sıkı" (%13.64) biçimler öne çıkmaktadır. Bunun nedeni, gıda sektöründeki işletmelerin tabelalarında dikkat çekici ve okunaklı yazılar kullanma ihtiyacıdır.

Giyim/Tekstil sektörü "Büyük Normal" (%13.64) biçimi tercih etmiştir. "Büyük Sıkı" biçimin kullanım oranı ise %6.06'dır. Moda ve tekstil sektöründe daha estetik ve göze hitap eden tasarımlar ön planda olduğu için büyük puntolu ve normal espaslı tasarımlar daha fazla tercih edilmiştir.

İnşaat sektöründe toplamda 5 işletme bulunmakta ve bu işletmeler büyük harf kullanımı tercih etmiştir. İşletmelerden dört tanesi "Büyük Sıkı", bir tanesi ise büyük-normal biçimi tercih etmiştir.

Büyük-aralıklı biçimler 3 işletme tarafından kullanılmıştır: Harflerin geniş aralıklarla kullanıldığı bu stil, genellikle az tercih edilmiştir. Bunun nedeni, bu tür bir tasarımın tabelalarda okunaklığı azaltabilmesi ve dikkat çekiciliği düşürebilmesidir.

Tartışma

İşletmelerin Sektörel Dağılımı

Caddenin ticari yapısı daha çok temel tüketim ürünlerine odaklanmıştır. Gıda ve giyim sektörlerinin toplam %53.03'lük paya sahip olması, bu caddenin bir alışveriş ve temel ihtiyaç bölgesi olduğunu göstermektedir.

Teknoloji, ulaşım, enerji ve kozmetik gibi sektörlerin düşük oranlarda bulunması, cadde üzerindeki işletmelerin çoğunlukla günlük ihtiyaçlara yönelik olduğunu göstermektedir.

İşletmelerin Tabela Tasarımında Renk Kullanımı

Renk, görsel kimlik tasarımında kurumu rakiplerinden daha fazla farklılaştırmanın bir yolu olarak kullanılır (Murdock, 2016: 42). Renk çok önemli bir kurucu unsurdur ve tasarımı dengeleme rolünü üstlenir. (Ad vd, 2012: 653). Renk seçimi, hem markanın algısını şekillendiren hem de tüketiciler üzerinde psikolojik etkiler yaratan temel bir tasarım öğesidir. Renklerin psikolojik ve kültürel anlamları, marka kimliğinin oluşturulmasında belirleyici rol oynar (Landa, 2014: 263)

Renkler doğrudan duygularımıza hitap eder ve bu nedenle görsel kimliğin önemli bir unsuru haline gelirler. Tasarım sürecinde kurum felsefesini temsil edecek renkler seçilir. Kullanılan renkler kartvizitlerdeki logolardan çatıdaki şirket tabelasına kadar şirketin toplam görsel kimliğinin bir parçası olur (Valtersson ve Matsson, 2002: 11).

Renkler ayrıca, rengin baskın dalga boyuna bağlı olarak "sıcak" veya "soğuk" gibi sıcaklık terimleriyle de tanımlanabilir. Soğuk renkler (örneğin mavi, yeşil, mor) genellikle dinlendirici ve sakin olarak kabul edilirken, sıcak renkler (örneğin kırmızı, sarı, turuncu) aktif ve uyarıcı olarak görülür. Mavi ve yeşil gibi soğuk renklerin bir alanı dinlendirici hale getirir ve ferahlığı artırır; ancak kırmızı, turuncu ve sarı gibi sıcak renkler bir alanı daha az ferah hale getirirken uyarımı yükseltir. Ayrıca, kırmızı ve sarı renklere maruz kalan kişiler, soğuk mavi ve yeşil renklere maruz kalan kişilere göre daha yüksek kaygı düzeylerine sahiptir (Kaya & Epps, 2004: 397).

Kolektif olarak tasarlanan 66 işletmenin tabela tasarımında kullanılan renkler bakıldığında en çok kullanılan renklerin mavi, kırmızı ve sarı olması, işletmelerin hem güven verici hem de dikkat çekici renkleri ön planda tuttuğunu göstermektedir. Fakat 54 işletmenin tek renk kullanması ve bu işletmelerin yaklaşık %62'sinin mavi, kırmızı, sarı ve turuncu renkleri kullanması işletmelerin görsel kimliklerinin bir aracı olan tabelaların ne kadar birbirine benzediğini göstermektedir. Kurumların birbirinden farklılaşmasını sağlama rolüne sahip görsel kimlik, tam tersi olarak kurumların benzeşmesini sağlayan bir araca dönüşmüştür.

Tabela tasarımında sektörel bağlamda da benzeşen renkler kullanılmıştır. Örneğin gıda sektöründe faaliyet gösteren toplam 20 işletmenin 14'ü kırmız, sarı ve turuncu rengi kullanmıştır. Giyim sektöründe

benzer sorunların olduğu görülmektedir. Giyim sektöründe toplam 15 işletmenin 9'u mavi, pembe ve yeşil rengi kullanmıştır. Tabela tasarımında tekrarlanan renklerin kullanılması, işletmelerin görsel kimlik tasarımının kurumsallaşma planı dahilinde yapılmadığını göstermektedir.

Gıda Sektöründe kırmızı, sarı ve turuncu renkler ağırlıklı olarak kullanılmıştır. Bu renkler dikkat çekici ve iştah açıcı olduğu için fast-food zincirleri ve restoranlar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Ancak, organik ve sağlıklı gıda sektöründe yeşil ve beyaz gibi doğallığı temsil eden renkler daha fazla kullanılması sektörel olarak bağlamı daha da destekleyecektir.

Kurumsal görsel kimlik tasarımında renklerin psikolojik etkisi göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin, sağlık ve eğitim sektörlerinde daha sakin ve güven verici renklerin kullanılması gerekmektedir. İnşaat ve teknoloji sektörlerinde güven veren renkler (mavi, gri) daha yaygın olması gerekmektedir. Bununla birlikte, modernleşme sürecinde yeşil ve sürdürülebilirlik vurgusu için ek renk seçenekleri olarak düşünülebilir.

Logo Kullanımı

Logo, görsel kimlik sistemi içerisindeki en önemli öğedir (Skaggs, 2019: 3013). Logo kimliğe anlam katar ve işletmenin iletişim stratejisinde önemli bir yere sahiptir. Logo bir işletmenin imzası niteliğindedir (Ad vd, 2012: 650). Logo, şirketler arasında ayrım yapmayı mümkün kılan net bir grafik öğedir ve halk ile şirket arasında köprü vazifesi görür. Logo çok yoğun bir grafik sunumda ayrıntıları iletir. Benzer öğeleri karşılaştırmak için olası bir işarettir. Bu yüzden logolar geometrik şekiller, renkler, çeşitli işaretler ve semboller ile ilgili çok özel analizlere bağlı olarak tasarlanmalıdır (Ad vd, 2012: 650).

66 işletmenin tabela tasarımlarında toplamda 6 farklı logo türü kullanılmıştır. Bunlar; tipografik logo, sembol logo, tipografik/sembol logo, tipografik kurumsal logo, sembol kurumsal logo ve ikon logodur. Logo türleri içerisinde en çok tercih edilen logo türü tipografik logolar olmuştur (46 işletme, %69.7). İşletmelerin %62'sinin aynı rengi kullandığı ve 46 işletmenin kurumsal olmayan tipografik logoları kullanıldığı göz önüne alındığında, logoların kimliğin bir aracı olarak değil gösterinin bir aracı olarak kullanıldığını göstermektedir. Bu durum ise küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin markalama çabası içerisinde olmadığını göstermektedir.

Tipografik logoların baskınlığı, işletme isminin öne çıkarılmak istendiğini ve görsel sadeliğin tercih edildiğinin göstermektedir. Fakat bu durum cadde üzerinde tekdüzeliğe neden olmaktadır. Sembol veya ikon bazlı logoların düşük kullanımı, tasarımcıların veya işletmelerin bu tür logolara olan ilgisinin sınırlı olduğunu göstermektedir. Bunula beraber sembol ve ikon logoların tasarımda ek maliyetler getirmesi bu tür logoların daha az tercih edilmesine neden olmuş olabilir.

Kurumsal logoların kullanım oranının az olması, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin kurumsal kimlik oluşturma konusunda daha az yatırım yaptığını ve kurumsallaşmaya yönelik ilgili olmadığını göstermektedir.

Tipografi Türü

Şirketlerin kurumsal kimlik programı içerisinde yüksek kaliteli bir tipografiye sahip olması önemlidir. Tipografi, mekân ve zaman ayırt etmeksizin şirketin var olduğu her yerdedir. Her şeyden önce tipografi, reklamlar, broşürler, posterler, tabelalar ve kartvizitler gibi pazarlama materyallerinin tasarımında ve ayrıca TV gibi medya araçlarda önemlidir. Tipografi doğru değilse, şirketin iletmek istediği mesaj hedef kitle tarafından doğru şekilde yorumlanmayabilir ve doğru hedef kitleye ulaşamayabilir. Tipografi, şirketin kimliğiyle uyumlu olmalı ve aynı şekilde yapılan işi de yansıtmalıdır (Valtersson ve Matsson, 2002: 11).

Şirketlerin tipografi türü kullanma oranlarına bakıldığında serifsiz majüskül yazı tipinin (%66.6) en yaygın tercih edilen tipografi türü olması, tabelalarda güçlü, net ve okunabilir mesaj verme amacına işaret etmektedir. Bu yazı tipi, modern ve profesyonel bir görüntü sunduğu için birçok sektörde öne çıkmaktadır. Ancak, benzer renk ve logo kullanım türlerinin oranıyla değerlendirildiğinde, 44 işletmenin Serifsiz majüskül tipografi türü kullanması görsel kimlik tasarımında ortaya çıkan benzeşme sorununun göstergesidir.

Serifli tipografilerin genel olarak az tercih edilmesi, işletmelerin klasik veya geleneksel yazı karakterlerinden uzak durarak daha modern ve çağdaş bir görsellik arayışında olduklarını göstermektedir.

Punto Espas

Özellikle tipografik logo tasarımlarında yazı tipi görsel önemi vurgular (Lindström, 2016) Yazı tipi ve boyutu markaların görsel iletişiminin önemli bir kurucusudur. Markalar kimliğini açık ve kapalı yollarla yansıtır. Bir markanın kimliğini açık olarak kontrast, stres, yükseklik gibi fiziksel boyutlarla yansıtır. Kapalı

şekilde ise bilinçaltı düzeyde oluşan ve kimlikteki amaca göre değişen puntolar aracılığıyla göstergebilimsel olarak yansıtır (Singla ve Sharma, 2022: 272).

Espas tasarımda genişlik faktörü olarak ifade edilir. Genişlik faktörü bir yazı tipindeki karakterlerin ne kadar geniş olduğunu belirler. Bazı durumlarda 6'ya kadar farklı genişlik olabilir ancak genellikle yaklaşık 3'tür: Sıkıştırılmış, yoğunlaştırılmış ve geniş. Yazı tipinin görsel görünümü espasla düzenlenir. Karakterler arasındaki boşluk eklendiğinde veya azaltıldığında, diğer faktörlere de bağlı olarak etkili veya modern bir etki yaratılabilmektedir. Büyük veya küçük harf kullanmak, rahat ve samimi bir görünüm yerine akıcı bir görünüm sağlayabilir (Lindström, 2016: 23).

Büyük punto tercihinin yaygın olması, ticari tabela tasarımında okunabilirlik ve dikkat çekiciliğin ön planda tutulduğunu göstermektedir. Gıda ve giyim sektörleri, rekabetin yoğun olduğu alanlar olduğu için tabelalarında daha büyük ve sıkı punto tercihi yapmaları doğaldır. Küçük punto ve aralıklı espas kombinasyonlarının az tercih edilmesi, işletmelerin görünürlüğü artırma çabalarının bir yansımasıdır.

Kent Estetiği ve Kimlik

Kurumsal görsel kimlik, iş dünyasında önemli olarak kabul edilmektedir. Görsel kimlik logo, renk ve yazı tipi, şirket adı ve slogan dahil olmak üzere çeşitli bileşen parçaları içerir ve kuruluşun daha geniş kitlelerle iletişim kurma çabalarını temsil eder. Kurumsal görsel kimlik kuruluşun etkili bir şekilde iletişim kurmasına yardımcı olur ve standardizasyon yoluyla daha net mesajlar iletir (Byrom ve Lehman, 2007: 1). Bununla beraber görsel kimlik içinde bulunduğu mekânın ya da ortamın estetik yapısını ve kimliğini etkilemektedir. Kimlik aracılığıyla yansıtılan imaj kurum kimliğini etkilediği gibi kent kimliğini de etkilemektedir. Görsel kimlik tasarımı tutarlı ve kapsamlı bölgesel ve şehir markaları geliştirmek, markalaşmanın turizmde, yatırımda ve dolayısıyla bölgenin kendisinde elde edilen başarıya katkıda bulunabilmesi nedeniyle yerler için hayati öneme sahiptir (Adamus-Matuszyńska ve Dzik, 2017: 87).

Kimlik, kişiyi, kurumu veya bir markayı vurgulamak için belirli niteliklerin sergilenmesiyle ilgilidir. Kimlik oluşturduktan sonra ilgili kişi, kurum veya marka değerlendirilir ve bir imaj yaratılır. Ancak imaj, gelişmiş ve net bir grafiksel dille takip edilmezse asla etkili olmamaktadır. Bir organizasyonu etkili kılmak için net bir amacı ve güçlü bir aidiyet duygusu olması gerekir. Amaç ve aidiyet, bir şirketin kimliğindeki iki temel taştır (Valtersson ve Matsson, 2002: 11).

Kent caddesi üzerinde yer alan işletmelerin tabelaları düzenlenirken ve tasarlanırken mağaza ve kent kimliği inşa edilmektedir. Bu süreçte kurumsal tasarımda kullanılan renk, logolar, punto/espas kullanımı ve tabelaların üzerine yerleştirildiği arka fon kimliğin önemli göstergeleridir. Kurumlar, görsel kimlikleri aracılığıyla kendilerini diğerlerinden ayırt ederler. Fazla tekrar eden renkler ve tipografik logolar, caddede görsel karmaşa neden olmaktadır. Serifsiz tipografi (%80'den fazla kullanım) neredeyse standart haline gelmiş, bu da tabelaların birbirine benzemesine neden olmaktadır. Büyük punto kullanımı genellikle olumlu olsa da, bazı sektörlerde aşırı büyük veya sıkışık yazılar okunabilirliği azaltmaktadır.

Kurumsal markalar (Bosch, Siemens, Collezione) kendi kimliklerini korurken yerel işletmelerin çoğu görsel olarak birbirine benzemektedir. Gıda sektöründe birçok markanın kırmızıya yönelmesi görsel kimlikte olması gereken ayırt edici özelliği olumsuz etkilemektedir. Benzer durum giyim sektöründe de geçerlidir. Giyim sektöründe işletmelerin çoğunun mavi ve pembe renk kullanması, kurumsal olmayan tipografik logoyu tercih etmesi, Serifsiz majüskül tipografik türü seçmesi işletmelerin görsel kimliklerinin aynılaşmasına neden olmaktadır. İnşaat ve teknoloji sektörleri mavi ve turuncuyu çok fazla kullandığı için monoton bir görsel algı oluşturmaktadır.

Tabelalar okunabilirlik açısından değerlendirildiğinde, genel olarak tabela tasarımında büyük punto kullanılması tabelaların okunmasını kolaylaştırmaktadır. Ancak sıkı espaslı yazılar bazı tabelaları zor okunur hale getirmektedir. Çok fazla tek tip font kullanımı olduğu için, belli sektörler birbiriyle karışmaktadır.

Belirli kentlerde ana cadde üzerinde yer alan işletmelerin tabelalarında yapılan düzenlemeler kent kimliğiyle uyumu sağlamak ve daha düzenli bir cadde oluşturmak için yapılmaktadır. Uzman yardımıyla ve başarılı bir şekilde yapılan düzenlemeler işletmelerin kimliğini ön plana çıkardığı gibi kent kimliğine de katkıda bulunarak daha fazla kişi tarafından kentin ziyaret edilmesini sağlamaktadır.

Tabela tasarımında aynı renkler kullanıldığından, tipografik ve kurumsal olmayan logolar daha fazla kullanıldığından ve benzer yazı tipleri kullanıldığı için özgünlük eksik ve tüm sektörler kurumsal tasarım bakımından benzeşmektedir. Bu durum caddenin genel görünümü monotonlaştırmaktadır.

Sonuç

Görsel kimlik, kurumların ve kentlerin kendilerini ifade etme biçimi olarak, ayırt ediciliği sağlama ve marka değerini oluşturma açısından kritik bir rol oynamaktadır. Ancak, kent estetiğini koruma ve kurumsal kimliği şekillendirme çabaları bazen birbirleriyle çelişebilmekte, bu da tabela tasarımlarında benzeşmeye yol açmaktadır. Bu çalışmada, Gümüşhane'nin en işlek caddelerinden biri olan Cumhuriyet Caddesi'nde yer alan mağazaların tabelaları kurumsal mağaza ve kent kimliği açısından incelenmiştir.

Araştırma bulguları, kent yöneticilerinin kent estetiğini oluşturma çabası içinde tabelalar üzerinde yaptığı düzenlemelerin mağaza tabelalarını standartlaştırdığı, işletmelerin görsel farklılıklarını ortadan kaldırarak tekdüze bir görünüm oluşturduğunu ortaya koymuştur. Örneğin, incelenen tabelaların büyük bir kısmında renklerin gelişigüzel ve tek renk (özellikle mavi, kırmızı ve sarı) kullanılarak, serifsiz majüskül tipografiyle ve harf aralıklarına dikkat edilmeden tasarlanmıştır. Satır'ın İstanbul (2015: 63) ve Safa'nın Hatay (2019: 79) örnekleminde tabelalar üzerinde yaptığı bir çalışmada da benzer sorunları tespit edilmiştir. Bu durum, mağazalar arasında görsel benzerliği artırmış, işletmelerin kendine özgü kurumsal kimliklerini yansıtma yetisini sınırlandırmıştır.

Ayrıca, analiz edilen işletmelerin büyük çoğunluğunun özgün kurumsal logolara sahip olmadığı tespit edilmiştir. Tipografik logoların baskınlığı, mağaza kimliklerinin bir görsel marka unsuru olarak yeterince farklılaştırılamadığını göstermektedir. Bu bulgu, küçük ve orta ölçekli işletmelerin markalaşma konusunda yeterli bilinç ve yatırıma sahip olmadığını işaret etmektedir. Oysa kurumsal kimlik, işletmenin pazarda fark edilmesini sağlamakla kalmayıp, tüketici algısını da doğrudan etkilemektedir.

Bu bağlamda, kent estetiğini sağlamak amacıyla yapılan kolektif tabela tasarımlarının, mağazaların kurumsal kimliklerini zayıflatma riskini taşıdığı görülmektedir. Özellikle, mağaza kimliği ile kent kimliği arasında uyumlu bir denge kurulamaması, hem kent estetiği hem de işletmelerin bireysel marka kimlikleri açısından önemli bir soruna işaret etmektedir. Standartlaştırılmış tabela tasarımlarının, işletmelerin rekabet avantajını azaltarak kimliksizleşmelerine neden olduğu, dolayısıyla kent kimliğini güçlendirmek yerine, aksine tekdüze bir görsel algı yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bu doğrultuda, hem kent yöneticilerinin hem de işletmelerin görsel kimlik tasarımında stratejik bir denge kurması gerekmektedir. Kent estetiğini desteklerken işletmelerin kurumsal kimliğini koruyacak ve marka farklılaşmasını sağlayacak daha esnek ve özgün tasarım modellerinin benimsenmesi önerilmektedir. Aksi takdirde, tabela tasarımlarının kolektifleşmesi, marka kimliklerinin kaybolmasına ve kentsel mekânların tek tipleşmesine neden olmaktadır.

Öneriler

- Veriler incelendiğinde işletmelerin kurumsal anlamda sorun yaşadığı görülmektedir. Bu bağlamda yerel işletmelerin kurumsal bir bilince sahip olmaları için işletmeler danışmanlık hizmeti verilebilir.
- Kent estetiğini korumak için, belediye kurum kimliğiyle uyumlu belirli tasarım kriterleri sunabilir.
- Tabelaların boyut ve hizalanma açısından düzenlenmesi, karmaşayı önleyerek şehir kimliğini güçlendirebilir.
- Okunabilirliği artırmak için tabelalar arasında yazı boyutu ve font uyumu sağlanmalı.
- Çok küçük puntolar ve aşırı büyük puntoların kullanımı azaltılmalı.
- Tipografik logolar yerine, ikon veya sembol içeren tasarımlar artırılmalı.
- Farklı kent örnekleminde benzer çalışmalar yapılarak soruna yönelik farkındalık oluşturulası gerekmektedir.
- Kent ve mağaza kimliği uyumunu başarabilmiş şehirler üzerinden yapılacak olan çalışmalar alana ve sektöre katkı sağlayacaktır.

Etik Beyan

"*Kurumsal Kimliğin Kent Kimliğine Dönüşümü: Şehir Merkezlerinde Mağaza Tabela Tasarımlarının Aynılaşması*" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Bu araştırmada; anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanması ya da insan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması, insanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,

hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar, kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışma yapılmadığı için Etik Kurul İzni gerekmemektedir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Transformation of Corporate Identity into Urban Identity: Identification of Store Signage Designs in City Centres*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. Ethics Committee Permission is not required

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Not

Bu Makale, 8. Uluslararası Battalgazi Bilimsel Çalışmalar Kongresi'nde özet olarak sunulan "Kent Markalama Sürecinde Mağaza Tabelalarının Kimlik Açısından Analizi" adlı bildiriden üretilmiştir.

Kaynakça

Aaker, D. (2009). *Marka Değeri Yönetimi*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. USA: Simon and Schuster.
Aaker, D. A. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California Management Review*, 38(3), 102-120.
Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand leadership*. NY: Simon and Schuster.
Ad, G., Adr, V. ve Pascu, N. E. (2012). Logo design and the corporate identity. *Procedia-Social and Behavioral Sciences,* 51, 650-654.
Adam, J. M. ve Bonhomme, M. (1997). *L'Argumentation Publicitaire*. Paris: Nathan
Adamus-Matuszyńska, A. ve Dzik, P. (2017). Managing silesia visual identity through regional and local logo design. Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. *Zarządzanie*, 28(2), 87-112.
Adir, V. Adir, G. ve Pascu, N. E. (2014). "How to design a logo?" Romania, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 122, p. 140 – 144.
Ambrose, G. ve Harris, P. (2014). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü*. İstanbul: Literatür Yayınları.
Aydın, S. (1998). *Kimlik sorunu, ulusallık ve Türk kimliği*. Ankara: Öteki Yayınevi.
Aydoğdu, Hüseyin (2004) Modern Kimlikte Öznenin Ölümü. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10, 115-147
Becer, E. (1997). *İletişim ve Grafik Tasarım.* Ankara: Dost Kitabevi.
Bemstein, D. (1986). *Company Image and Reality: A critique of corporate Communications*. Eastboume: Holt, Rinehart& Winston.
Biel, A. L. (1992). How brand image drives brand equity. *Journal of Advertising Research*, 32(6), 6-12.
Biel, A. L. (1993). *Converting image into equity*. D. A. Aaker ve A. L. Biel (ed.), Brand Equity & Advertising: Advertising's role in building strong brands, ss. 67-82. Hilssdale, NJ: Lawrence Erlbaum Assoc., Pub.
Byrom, J. W. ve Lehman, K. F. (2007). Corporate visual identity in local government: The role of the logo. *In Proceedings of the 6th International Congress on Public and Non-profit Marketing* (pp. 1-13).
Carter, D.E. (1982). *Designing corporate ldentity programs for small corporations*. New York: Art Directions Company.
Cho, H. (2007). The Study on Outdoors Advertisement Improvement Plan for the Public Design—Focusing on Width Sign and Side Sign in Outdoors Advertisement of Seoul and Tokyo. *J. In Korea Des. Forum*, 17, pp. 247-256.
Cliff, S. (2002). *50 Trade Secrets of Great Design Packaging. Gloucester*. Massachusetts: Rockport Publishers.
Çağlar Demir, B. (2024). Dijital Çağda Marka Kimliği: Youtube Örneği. *European conferences 5th internatıonal conference on humanıty and socal scıences*. Roma June 13-16, 2024
Çakırer, M. A. (2013). *Marka Yönetimi ve Marka Stratejileri*. Bursa: Ekin Basım Dağıtım.
Diker, E. ve Özüpek, M. N. (2013). İletişim Fakültesi öğrencilerinin cep telefonu markalarına yönelik imaj algısı: Nokıa ve Samsung örneği. *Humanities Sciences*, 8(1), 100-120.
Dobni, D. ve Zinkhan, G.M., (1990). In search of brand ımage: Foundation analysis. *Advences in Consumer Research,* 17, 110:119
Dowling, G. R. (1986). *Managing your corporate images*. Adam Lindgreen ve Anthony Di Benedetto (Ed.), Industrial Marketing Management. 15 (2), May 1986, Pages 109-115
Edell, J. A. (1983). The information processing of pictures in print advertisements. *Journal of Consumer Marketing*. 10(1), 45-61.
Elden, M. (2009). *Reklam ve Reklamcılık*. İstanbul: Say Yayınları
Fauconnier, G. (1988). Het imago als placebo:niet erntig, maar het werkt. *Kongresboek, Ondernemen Deel II*, 90-102

Görgülü, E. (2018). Logo Tasarımlarında Altın Oran Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *II. Uluslararası Multidisipliner Akademik Çalışmalar Sempozyumu*. İstanbul, 16 Kasım - 17 Kasım 2018
Gülsoy, T. (1999). *Reklam terimleri ve kavramları sözlüğü*. İstanbul: Adam Yayınları.
Kapferer, J. N. (2012). *The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking*. Great Britain: Kogan Page Publishers.
Kaya, N. ve Epps, H. H. (2004). Relationship between color and emotion: A study of college students. *College Student Journal*, 38(3), 396-405.
Keller, K L (2013). *Strategic brand management, building, measuring, and managing brand equity*. UK: Pearson Education Limited
Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
Kim, B. ve Park, J. (2020). The visual effect of signboards on the vitality of the streetscapes using eye-tracking. *Sustainability,* 13(30), 1-15
Knapp, Duanne E. (2003). *Marka Akıl* (Çev. Azra Tuna Akartuna). İstanbul: MediaCat
Kohli C., Leuthesser L. ve Suri R. (2007), "Got Slogan? Guidelines For Creating Effective Slogans". *Business Horizons,* 50(5), 415-422.
Kotler, P., Pfoertsch, W. & Michi, I. (2006). *B2B brand management*. Berlin: Springer.
Landa, R. (2014). *Graphic design solutions* (5th ed.). Boston: Wadsworth/Cengage Learn
Larwood, J., Bell, R. and Hotten, J. C. (1866). The Hıstory Of Sıgnboards. *Fortnightly,* 6(33), 376-380.
Lee, B. K. (2004). A Study on the Improvement of Roadside Advertisements in the Urban Environment. *Korean Academy of OOH Advertising Journal of Outdoor Advertising Research*, 1(1), 97-112.
Lındstrom, M. (2006). *Duyular ve marka: 5 duyuyla güçlü markalar yaratmak* (Çev: Ümit Şensoy). İstanbul: Optimist Yayınları.
Lindström, J. (2016). *Defining and designing the elements for a company's visual identity.* (Master's thesis). Film Och Television
Murdock, J. E. (2016). *Fluid identity: history & practice of dynamic visual identity design* (Master's thesis). Kent State University.
Nazan, D. (2012). Ambalaj-reklam ilişkisi ve tasarım eğitimindeki yeri. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(6), 19-52.
Okay, A.(2000). *Kurum kimliği*. Mediacat Kitapları.
Olıns, W. (1990). *Corporate identity: Making business strategy visible through design.* New York: Thames&Hudson.
Peltekoğlu, F. B. (2012). *Halkla ilişkiler nedir?*. İstanbul: Beta Yayınları
Pruyn, A.T.H. (1 990). *lmago, handbook corporate communication*. Deventer: Van Loghum Slaterus.
Ries, A. ve Ries, L. (2004). *Marka yaratmanın 22 kuralı (çev. Atakan Özdemir).* İstanbul: Mediacat Yay.
Riezebos, R., Riezebos, H. J., Kist, Bas ve Kootstra, G. (2003). *Brand management: A theoretical and practical approach.* Englannd: Pearson Education.
Safa, A. (2019). İş yeri tabelalarının biçim ve içerik açısından Antakya kent dokusuyla etkileşimi (Yüksek Lisans Tezi), Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay
Satır, D. A. (2015). Dijitalleşmenin Kentsel Kimlik Bağlamında Çevresel Grafik Tasarıma Etkisi: Led Tabela Örneği. Turkish Online Journal of Design, Art & Communication, 5(1), 54-66
Sayın, Z., Bulduk, B. ve Dağ, E. S. (2009). Kentlerin Bilgilendirici ve Yönlendirici Göstergeleri: Tabelalar, *IX. Ulusal Sanat Sempozyumu*, Ankara, 18-20 Kasım 2009.
Singla, V. ve Sharma, N. (2022). Understanding role of fonts in linking brand identity to brand perception. *Corporate Reputation Review,* 25(4), 272-286.
Skaggs, S. (2019). Visual identity: systems and semiotics. *The American Journal of Semiotics*, 34(3/4), 313-330.
Song, G., & Cho, Y. (2013). A study on signboard design color for improving vicinity universities urban environment on the Based on the Jeonbuk area in 4-year universities of Daeha street. *Treatise Plast. Media*, 16, 101-108.
TDK, Kimlik, Erişim Tarihi: 18.05.2022, https://sozluk.gov.tr/
Teker, U. (2009). *Grafik tasarım ve reklam*. İstanbul: Yorum Sanat Yayımevi.
Tekinarslan, N. G. ve Dal, N. E. (2019). Tüketici davranışları çerçevesinde ürün ambalaj renklerinin algılanması: Genç tüketiciler ile bir araştırma. *International Journal of Academic Value Studies*, 5(1), 159-174.
Tepecik, A. (2002). *Grafik sanatlar*. Ankara: Detay & Sistem Ofset.
Tosun, N. B. (2008). Kurumsal kimliğin marka yaratma sürecindeki işlevi. *Öneri Dergisi*, 8(29), 231-237.
Uğur, U. (2018). *Marka kimliği, imajı, değeri, farkındalığı, güveni, bağlılığı*. Konya: Eğitim Yayınevi.
Ulufer, Teker (2003). *Grafik Tasarım ve Reklam*. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları
Uztuğ, F. (2005). *Markan kadar konuş: Marka iletişimi stratejileri*. İstanbul: MediaCat.
Valtersson, S. ve Matsson, A. (2002). *Corporate identity through graphic design*. Dalarna University
Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. England: John Wiley & Sons.
Yang, G., Kim, T., Lee, S. ve Lee, S. (2011). An Analysis of Characterization in signboard culture as streetscape components. *Focused on the street,'Shin-heung-Ro'and 'Eun-nam 5st Ro', Jeju. Arch. Des. Res*, 24, 115-123.
Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

EXTENDED ABSTRACT

Identity has a structure that determines why it exists, evokes various qualities, makes itself different by distinguishing it from others and thus determines a direction and path for itself. Businesses that design or

determine a unique identity begin to make their presence more noticeable among others by creating a self. Signboards, which consist of visual elements such as a logo and colour and a function to convey the basic philosophy of the institution, which includes the corporate mission, vision and values, to the consumer, are the most important transmitters of identity. The rapid growth of cities, the proliferation of stores offering the same products and services due to the increase in competition, and the acceleration of living conditions have made it necessary for signboards that communicate quickly with consumers who have limited time and that affect consumers with their visual identity and make it easier for them to make choices. Recently, city administrators, who are in an effort to create a city identity in the branding process, redesigned the signboards of the stores on the main streets, which are the most frequented places of the city, in order to make a difference. While some city managers succeed in integrating store signboard designs with the city identity, some city managers fail to integrate store signboards with the city identity. This situation harms both city identity and store identity. It also creates aesthetic problems. Corporate visual design represents institutions in different environments, but also makes them memorable by adding difference to institutions and brands. The designed visual identity contains the mission and vision of the institution and conveys the main purpose of the institution to people in the simplest and clearest way. In this context, institutions and cities that build their visual identity on the basis of corporate philosophy reach the power to compete and reach the targets more easily by differentiating themselves from their competitors. The proliferation of businesses offering the same product and service due to the growth of cities has made it necessary for signboards that communicate quickly with target audiences and affect them with their visual identities. Therefore, it is important for institutions and cities to reach the awareness of building identities according to design principles. In this study, it was trying to understand how the store signs, which were designed collectively by Gümüşhane Belediyese and have the roles of informing and creating awareness, were designed in the context of design principles and rules. In this study, content analysis method was used to evaluate the data obtained. Content analysis is a method frequently used in the field of social sciences and applied qualitative research. This method aims to measure the variables in a situation and to find concepts and relationships that can explain the collected data by analysing the data in a systematic, objective and numerical way. Shop/store signboards in Gümüşhane, selected as a sample, were analysed under 6 basic categories (colour, colour type, colour harmony, logo, typography and puntu/espas) based on visual design principles. The aim is to evaluate the harmony of the signboards on the busiest street of the city with the identity of the city and the basic function of the signboard; informing and creating awareness. Visual identity, as a way of self-expression of organisations and cities, plays a critical role in ensuring distinctiveness and creating brand value. However, efforts to protect urban aesthetics and to shape corporate identity can sometimes contradict each other, leading to similarities in signboard designs. In this study, the signboards of the stores on Cumhuriyet Street, one of the busiest streets of Gümüşhane, were analysed in terms of corporate store and urban identity. The research findings revealed that the arrangements made by the city administrators on the signs in an effort to create urban aesthetics standardised the store signs and created a uniform appearance by eliminating the visual differences of the businesses. For example, most of the signs examined were designed with a single colour (especially blue, red and yellow) and with serif-free majuscule typography. This situation increased the visual similarity between the stores and limited the ability of the businesses to reflect their unique corporate identities. Furthermore, it was found that the majority of the businesses analysed did not have unique corporate logos. The predominance of typographic logos indicates that store identities are not sufficiently differentiated as a visual brand element. This finding indicates that small and medium-sized enterprises do not have sufficient awareness and investment in branding. However, corporate identity not only enables the business to be recognised in the market, but also directly affects consumer perception. In this context, it is seen that collective signboard designs made to ensure urban aesthetics carry the risk of weakening the corporate identities of the stores. In particular, the failure to establish a harmonious balance between store identity and urban identity points to an important problem in terms of both urban aesthetics and individual brand identities of businesses. It has been concluded that standardised signboard designs cause businesses to lose their identity by reducing their competitive advantage, thus creating a uniform visual perception instead of strengthening the city identity. Accordingly, both city managers and businesses should establish a strategic balance in visual identity design. It is recommended to adopt more flexible and original design models that will protect the corporate identity of businesses and ensure brand differentiation while supporting urban aesthetics. Otherwise, collectivisation of signboard designs leads to loss of brand identities and uniformisation of urban spaces. Based on the research findings, the issues that should be considered in signboard designs made for street organisation can be listed as follows: - When the data are analysed, it is seen that businesses have institutional problems. In this context, businesses can be provided with counselling services to ensure that local businesses have an

institutional awareness. - In order to protect urban aesthetics, the municipality can offer certain design criteria compatible with the corporate identity. - Regulation of signs in terms of size and alignment can strengthen the city identity by preventing confusion. - Signs should be harmonised in terms of font size and font alignment to improve readability. - The use of very small fonts and excessively large fonts should be reduced. - Instead of typographic logos, designs with icons or symbols should be increased.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Hiper Metin ve Kolektif Bellek: Sovyet Temalı Hashtaglerin İncelenmesi

Nurgül ÖZDEMİR[1]

Öz

Çalışmada, kitle iletişiminde hiper metin ve yaygın hiper metin ögelerinden hashtag kavramının tarihçesine, gelişimine, işlevlerine, hiper metnin özelliklerine ve sosyo-kültürel önemine bir bakış sunulur. Kullanımlarına ilişkin örnekler verilir. Sovyetler birliğini konu eden tematik hashtagler ve biçimsel yapıları incelenir. Sovyet temalı hashtagların hangi bağlamda kullanıldıkları, neredeyse 100 yıl önce Rus toplumunu etkilemiş olan tarihi olgunun günümüz popüler araçlarında nasıl aktarıldığı ortaya konulmaya çalışılır. Çalışmada100 gönderi basit örneklem yöntemi ile tespit edilir. Analiz edilen veriler tümdengelim yaklaşımı kullanılarak, Sovyet sözcüğüyle ilgili anahtar sözcükleri içeren hashtag gönderilerinden elde edilmiştir. Örnekler; a) en az 3 hashtag içeren, b) beğeni ve yorum sayısı yüksek olan gönderiler ve c) fazla takipçisi olan hesaplar arasından seçilmiştir. Bu bağlamda Sovyet sözcüğünün geçtiği hashtagler başta İnstagram olmak üzere Facebook ve Rusya'da yaygın kullanılan Odnoklasniki adındaki yerel sosyal medya hesaplarından arama butonuna yazılarak kullanım sıklıkları ve birlikte kullanıldıkları hashtag sözcükleri derlenmiştir. Çalışmada veri niteliğinde kullanılan Sovyet temalı hashtagler yapısal bakımdan incelenir; sözcük, sözcük öbeği ve tümce biçimindeki kullanımlar tespit edilir.

Anahtar Kelimeler: Metin, Hiper Metin, İnternet Söylemi, Etiketleme, Hashtag

Hypertext and Collective Memory: An Analysis of Soviet Themed Hashtags

Abstract

In the study, the concept of hypertext in mass communication and hashtag, one of the common hypertext elements, its history, development, functions, features of hypertext and an overview of its socio-cultural importance are presented. Examples of their use are given. Thematic hashtags about the Soviet Union and their formal structures are examined. It is tried to reveal the context in which Soviet-themed hashtags are used and how the historical phenomenon that affected Russian society almost 100 years ago is conveyed in today's popular tools. In the study, 100 posts are identified by simple sampling method. The analyzed data were obtained from hashtag posts containing keywords related to the word Soviet, using a deductive approach. Samples; a) containing at least 3 hashtags, b) posts with a high number of likes and comments, and c) accounts with more followers. In this context, the hashtags containing the word Soviet were collected by typing the frequency of use and the hashtag words they were used together by typing them into the search button from local social media accounts, especially Instagram, Facebook and Odnoklasniki, which is widely used in Russia. The Soviet-themed hashtags used as data in the study are analyzed structurally; the uses in the form of words, phrases and sentences are determined.

Keywords: Text, Hyper Text, Internet Discourse, Tagging, Hashtag.

Atıf İçin / Please Cite As:

Özdemir, N. (2025). Hiper metin ve kolektif bellek: Sovyet temalı hashtaglerin incelenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1140-1156. doi:10.33206/mjss.1660220

Geliş Tarihi / Received Date: 18.03.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 30.04.2025

[1] Dr. Öğretim Üyesi – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, nurgulozdemir087@gmail.com,
ORCID no: 0000-0003-4597-8427

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

XX. yüzyıl sonu XXI. yüzyıl başında hemen her ev ve iş yerinde bilgisayar ve internet kullanımı yaygınlaşır. Son yıllarda hayatımızın önemli bir ögesi haline gelen internet birçok bakımdan hayatımızı çok daha konforlu hale getirmiştir. Sosyo-kültürel değişimlerin dinamiklerini, yeni iletişim ve etkileşim düzeylerini aktaran ve şekillendiren, günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası ve modern yaşam tarzlarının sembolü olagelmiştir. İnternet olanaklarının XXI. yüzyılda gelişmesi, 2000'ler sonrası şekillenen görsel medya toplumu, iletişim için yeni biçimlerin ve standartların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dünya çapındaki dijital, sosyal medya, internet ve mobil kullanım trendlerini kapsamlı bir şekilde analiz eden we are social (2024) raporuna göre 8.08 milyarlık dünya nüfusunun 5.4 milyarı yani dünya nüfusunun 62.3'ü aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Türkiye'de ise nüfusun %74.41'i internet kullanıcısıdır ve toplam 57,50 milyon yani nüfusun %66,8'i aktif sosyal medyayı kullanır, günde ise 6 saat 57 dakikalık internet kullanımında 2 saat 44 dakika sosyal medya kullanılır (We are social, dijital 2024 Türkiye, 2024). Böylece, sadece ülkemizde değil dünya üzerinde internet kullanımı sosyal medya kullanımı ile denk tutulur, internet kullanımında sosyal medyanın belirleyici rolü görülür. İnternet iletişiminin türsel yenilikleri, internet alanının çok ötesine nüfuz ederek geleneksel iletişimi etkiler. İnternette yeni dil türlerinin gelişmesi, farklı pragmatik işlevlere sahip yeni dilsel birimlerin ortaya çıkmasına yol açar. Yüksek derecede etkileşimlilik, anındalık, hipermetinsellik ile karakteriz edilen Web 2.0 araçlarından İnstagram, Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformları konuşma ve yazı dilindeki neredeyse tüm yeni gelişmeleri ve eğilimleri ortaya çıkaran iletişim alanıdır. Sadece gençler arasında değil, neredeyse her yaşa hitap edebilen popüler, yeni bilgi aktarım/alım yolu, düşünme biçimidir.

Gelişen teknolojilerin bilgi aktarımındaki rolü yadsınamaz, sınırları kaldırır, mesafeleri ulaşılabilir kılar. İnsan iletişiminde internetin belirleyici rolü, dilbilimcilerin dijital metinlerdeki sözlü ve sözsüz karakteristik özelliklerine yoğunlaşmalarını sağlar. Yeni dilsel formların, metinlerin, türlerin oluşumu geçmiş teorilerin ışığında gerçekleşir. D. Diderot, C. A. Helvetius, J. R. d'Alembert, P. H. Thiry, M. Mcluhan, B. Russell, L. Wittgenstein, R. Carnap, R. Barth, J. Derrida, M. Foucault, J. Baudrillard, Yu Kristeva gibi klasik dönem filozofları ve postyapısalcı düşünürler metodolojik çalışmalarıyla metin ve hipermetin kavramının temelini oluşturur. J. Derrida'nın (1981) "yapısöküm (dekonstrüksiyon), yeniden inşa (reconstruction)" kavramları bağlamında çizgisel olmayan metni ifade eder. Böylece, geleneksel, çizgisel basılı anlatıdan çıkıp çizgisel olmayan metinlerin oluşması "Guterberg Galaksisi"nin ekseninden çıkış olarak değerlendirilebilir. J. Lacan'ın "bilinçdışı dil"; J. Deleuze & F. Guattari "Rizom (Rhizome)" başıboş dolaşan bir çokluk; U. Eko "açık metin" ve M. M. Bahtin (1981), J. Habermas, M. K. Mamardaşvili'nin "diyalog", "iletişim" ve Yu. Kristeva'nın "metinler arasında diyalog, metinlerarasılık" anlayışı hiper metni başka bir yapı ile etkileşim durumunda dinamik bir metne dönüştürür. Rus kültür tarihçisi ve göstergebilimci Y. M. Lotman'a göre, bu tür keskin ve köklü değişiklikler "sınırları giderek daha küresel hale getirir ve kronolojik sırayı giderek belirsizleştirir" (Лотман, 2010). Nitekim, Lotman'a göre her keskin kırılma "yeni güçleri" ortaya çıkarır, bu ilerleyiş "arkaik kültürel modellerin yeniden üretilmesini teşvik edebilir" (Лотман, 2010). Gelişen teknoloji kültürel olguları kod şeklinde aktarmaya imkan tanır. İtalyan göstergebilimci Umberto Eco'ya göre kod "bir model biçiminde temsil edilen, bir dizi özel mesajın oluşumunda temel bir kural olarak hareket eden ve bu sayede iletilme yeteneği kazanan bir yapıdır" (Эко, 1998).

Alanyazın

Klasik bilimsel teorik kavramlar, dijital gelişmelerle birlikte ortaya çıkan hiper metin olgusunun anlaşılmasını mümkün kılar. Bahtin, metni kendisini çevreleyen gerçeklikle, metin okuruyla ve diğer metinlerle olan diyalog içinde resmeder. Bahtin, diyalojik mekanizmada sözcükleri "canlı ifade" şeklinde tanımlar, böylece her somut sözcük, "canlı bir ifade" olarak hedeflenen, önceden kararlaştırılmış nesneyi, özneyi bulur. Böylece, okurun rolü pasif değil belirleyicidir, Okur eş zamanlı olarak metnin yazarı konumundadır. Bahtin'e göre eser yazarı ve okuru arasındaki "dil bilincinin", "sosyo-ideolojik dillerin" etkileşimidir. (Красноярова, 2012) Bu kavramların kapsamında "çok merkezli biçimde, çok fazla anlamlara gelecek şekilde ve çoklu seviyelerde" (Narin, 2016) okunabilir. Elektronik metinden anlam inşa edebilmek için yeni okuma biçimleri geliştirilir, bir makaleden diğerine makaleleri ardı ardına okuyarak, kimi zaman ise referansları göz ardı ederek okunur. (Patterson, 2015) Tıklama yoluyla ulaşılan yeni bir ekran, kimi zaman odak dışında yeni bir konu ile karşılaşılır, böylece basılı metinlerden farklı olarak hiper metin soyut olmasından dolayı fiziksel ve mekanik bakımdan bilgisayar ve e-kitaplarda taşınabilir, bu da beraberinde farklı okur, okuma biçimleri ve deneyimleri gerektirir. Hiper metin ilgili materyallere erişimi kolaylaştırır, bilgileri işlevsel bir düzende bulmamızı sağlar, genel bilgilerden detay ve ayrıntılarına veya tümdengelim-tümevarım ilişkisi bağlamında hızlı geçişleri olanaklı hale getirir. Bunun yanı sıra bu tür metinlerde

bağlantıların çeşitlenmesi neticesinde okurların odağı kaybolabilir veya çeşitlenebilir, çok sayıda bağlantının olması dikkat dağınıklığına sebep olabilir. Basılı metinlerde yazar tarafından organize edilip bir düzen içinde sunulan bilgiyi hiper metinlerde okur bulur, "metnin diğer bölümleriyle bağ kurmaya, diğer bağlantıda neler olduğunu bilmeye ihtiyaç duyar" (Salmeron, 2009).

İster edebi ister pragmatik olsun internet metinleri en doğal haliyle okur ile buluşur. Yazar metnini uzun uzun yayına hazırlamaz; geleneksel giriş, gelişme, sonuç izleği takip edilmez; anlık, doğaçlama bir biçimde metin aktarılabilir. Nitekim, okur-yazar rolleri birbirine karışır, okur anlam oluşturma sürecine dahil edildiği gibi eş zamanlı olarak metne müdahale edebilir. Böyle bir metin karşısında *tarayıcı, kullanıcı, ortak-yazar* olmak üzere **üç tür okur** tanımlanır. Tarayıcı, ilgili materyalleri belli bir konu üzerine okur; kullanıcı, spesifik bilgi için, araştırma ödevleri için okur; ortak-yazar metne kendi yazıları ile müdahale eder. (Nancy G. Patterson, 2015) Bilginin kodlanması, iletilmesi, algılanması, yeniden işlenmesi, güncellemesi için teknik imkanların bize sunduğu işitsel, görsel, duyusal, bilişsel düzeyleri içeren geniş bir yelpaze sunar. Çok boyutlu algı düzeylerini içeren dijital sistem potansiyel bilgi üreticilerini ve bilgi tüketicilerini bir platformda bir araya getirir, kimi zaman da iki rolü aynı anda verir. Bilgi toplumunda somut, gerçek iletişimin yerini soyut, sembolik iletişim alır. Teknoloji ve inovasyonu bir araya getiren "metalojik iletişim ve bilgiye ulaşma yaklaşımının yerini duygu ve hislere hitap eden "metasensory" yaklaşımı alır." (Мальковская, 2004) Böylece, bilgiye ulaşmada ve bilginin aktarımında duyu ötesi, biliş ötesi anlayış önem kazanır. İnternetteki "yoğun ancak sınırı belli olmayan bilgi, insanları zihnen yormakta ve sentezlemeye gitmemesine neden olabilir", hipermetinlerin "ön organize edicilerle birlikte sunulduğunda" (*Türkyılmaz, Başarmak, 2011*) anlamayı arttırdığı tespit edilir.

Nitekim, Amerikalı sosyolog ve filozof Ted Nelson 1965'de hiper metin terimini ilk defa kullandığında, tüm bilgilerin birbirleriyle bağlantılı olduğu, okurların metinler arasında geçişler yaparak var olan metne ek okumalar yapabildiği bir sistem hedefler. 1989'da İngiliz fizikçi, mühendis Tim Berners-Lee'nin WWW (World Wide Web) yazılımının çıkış noktasını oluşturur. Akademik makalelerdeki atıflar ve referanslar hiper metin mantığıyla çalışır. Günümüzde 'internet' başlıca hiper metin örneğidir. HTLM – (HyperText Markup Language), http/https (HyperText Transfer Protocol Secure) *Güvenli Hiper Metin Aktarım Protokolü* web sayfalarının oluşturulduğu hiper metin biçimlendirme dilidir, dijital bilgi alışverişinin altındaki temel bileşendir. Bağlantılarla biribirine bağlı metin, video, görsel gibi bilgiler içeren çok sayıda belgenin iç içe geçerek kesişmesi ile modern iletişim yöntemlerinden biri olarak değerlendirilir. Web sayfalarındaki menüler, içerik bağlantıları, referanslar; okurun müdahalesine izin veren, bölüm, dipnot ve harici kaynaklar arasında geçiş yapmak için bağlantı içeren elektronik kitaplar; yazılım sistemleri; online ders materyalleri, dijital kütüphaneler, dijital destekli veri tabanları örnek gösterilebilir.

İnternet metinlerinin ilk oluşmaya başladığı zamanlarda hiper metin kavramı metin sonrası (post-text) (Müller & Šidák, 2012)**,** metnin bir üst formu olarak anlaşılır. Günümüzde ise hiper metin diğer metinlere ve yazılı metin dışı unsurlara resimlere, görsellere, videolara, müziklere, animasyonlara veya diğer kaynaklara yönlendiren bağlantılar (köprüler) kuran sanal, dijital veri biçimidir. Hiper metin veya batı dilinde yaygın kullanılan şekliyle 'hiper tekst' sözcüğündeki tekst Latince "bağ", "bağlantı" anlamındadır. Metin öncülündeki Yunanca kökenli "hiper" sözcüğünün "üzerinde", "üstünde", "ötesinde" anlamına geldiği ve hiper metin modern bilgi teknolojileriyle öğeleri birbirine bağlamak için özel formların kullanıldığı "metnin üstünde", "yapısının metne kıyasla karmaşık olduğu" (*Саппи*, 2012) bir dil düzeyidir. Yapısal bakımdan hiper metin dilsel birimlerin ilkel bir biçimde yan yana gelmeleri ile oluşur, diğer yandan hiper metin geleneksel anlayıştan farklı yeni bir iletişim biçimidir. Hiper metin, "internet üzerinde sık karşılaştığımız bağlantılı elektronik metindir" (Patterson, 2015). Dilbilimci O. V. Dedova'ya göre hiper metin, "genellikle parçaları belirli bir şekilde birbirine bağlanan süper büyük hacimli bir metindir" (Дедова, 2008); "henüz bilimsel teorisi tam anlamıyla bilinmeyen; tek tek metinlerin ve metin sayfalarının birbirine bağlanmasıyla oluşturulan dijital bir metin türüdür" (Erik, 2002 Akt. Türkyılmaz, Başarmak, 2011). Özyinelemeli, kimi zaman yazarları belirsiz olan hiper metin, "bilgisayarda işlenmiş metin veya bilgisayar tarafından oluşturulan bağlantılar, metinler aracılığıyla birbirine bağlanan bir dizi metin" (Соколова, 2012)'dir. Rudnev'e göre hiper metin, "bir sisteme, metinler hiyerarşisine dönüşecek şekilde düzenlenmiş, aynı anda hem birlik hem de çok sayıda metin oluşturan bir bütündür. Hiper metnin en belirgin özelliği, parçalanabilmesi, ayrıklığı, özel biçimleri ve bilgi arama araçlarıyla sözlük gibi bir türe karşılık gelir" (Руднев, 1999). Dolayısıyla, hiper metin sıklıkla bilgisayar teknolojisi ile, parça parça metin framanlarının yapboz gibi oluşturulabilir yapısı ile bağdaştırılır.

Hipermetnin belirleyici özelliği olan metinlerarasındaki geçişler ve bağlantılar tanımlarda ön plana çıkar, Bush'a göre, hiper metin "önceki bir metinden doğrudan dönüştürme (basitçe dönüştürme) veya dolaylı dönüştürme (taklit) yoluyla üretilen herhangi bir metin" (Bush,1945) dir. Ted Nelsson'a göre hipermetin,

"sıralı olmayan bir yazı, dallanan ve okuyucunun seçim yapmasına izin veren bir metin..." (Akt. *Landow, 1992*)dir, Nelson, kitapların sıralı olmak dışında başka bir uygulaması olamayacağını beynin düşünme yapısının ise sıralı olmadığından, birçok olası geçişler ile bağlantılar içerdiğinden bahseder. Dolayısıyla, internette kullanıcılara sunulan yapı nörolojik bakımdan insana ve beynin işleyişine en yakın yapıdır. Fikirlerin çağrışımsal ve çeşitli çok yönlü bağlantısı insan beynine benzetilir, hiper metnin yapısının belirlenmesi dilbilimsel açıdan önemlidir.

İlişkisel olarak birbirine bağlanan bilgi dizilerinin düzenlenmesi olarak kabul edilen hiper metin Rus dilbilimci M.M. Subbotin'in tanımına göre, "metinsel materyali organize etmenin, sunmanın ve yönetmenin özel bir biçimidir. Bir bilgisayar yardımıyla karmaşık bir teknik ortamda organize edilebilir" (Субботин, 1994). Hiper metin «bilgisayar tarafından organize edilmiş elektronik sanat eseridir <...> aralarında çapraz referanslar kurulabilen ayrı bloklar - "parçalar", "dilimler", "metinler" şeklinde bir sanat eseri inşa etmenin özel bir yolu" (Чернявская, 2009) dur. Yapısal yönünden çok anlam arayışındaki rehber rolü ön plana çıkar "anlamsal düzeyde sanal iletişim kurmaya izin veren, anlamlardan oluşan bir metni organize etmenin, inşa etmenin bir yoludur" (*Хартунг, 1996*). Hiper metin, bilgisayar ortamının "çizgisel olmayan bir yazma ve okuma süreci ile karakterize edilen yazılı metnin özel bir düzenleme biçimini temsil eden yazılı iletişim türü" (Crystal, 2006) olarak anlaşılır. Elektronik ortam artık sadece mesaj göndermeye, indirgenemez, hiper metin "anlamları görsel-işitsel bir mozaik biçiminde birleştirir, ifade eder; genişletebilir, sıkıştırabilir, genelleyebilir ya da spesifikleştirir." (Кастельс & Киселева, 2000) Bilim insanlarına göre hiper metin, "okuma yönünün verilmediği, belirli bir mantıksal sıraya göre düzenlenmiş metin parçalarından oluşan sözlük biçiminde ansiklopedik, bilimsel referans veya popüler bilimsel yayın" (Сергиенко, 2008) olarak kabul edilebilir. Rus dilbilimci N. N. Leontyeva'ya göre, hiper metin, "bilgisayarda 'yaşayan', düğümlerinde sıradan metinler veya metin parçaları bulunan bir ağı temsil eden, doğrusal olmayan, karmaşık bir metindir. Kullanıcı arayüzü bu parçalarla etkileşime girmeye ve aralarında anlamsal ilişkiler kurmaya izin verir. Metinlere ek olarak, "ağ düğümleri" resimler, tablolar, diyagramlar ve diğer "metin" (işaret) nesneleri veya metin parçaları içerebilir" (Леонтьева, 2006). Hiper metin, "her bir noktanın veya düğümün bağımsız olarak ve en ufak bir zorluk olmaksızın metindeki herhangi bir nokta veya düğümle bağlantılı olduğu çok boyutlu bir ağdır" (Eko, 2000). Hiper metin, "okuyucuların doğrusal olmayan bir şekilde gezinmekte özgür oldukları bağlantılı bir düğüm ağı olarak bilginin temsilidir. Birden fazla yazara, yazar ve okuyucu işlevlerinin bulanıklaşmasına, bulanık sınırlarla genişletilmiş çalışmaya ve çoklu okuma yollarına izin verir"(Landow, 1992). Hipermetin, "bir sisteme, bir metinler hiyerarşisine dönüşecek şekilde düzenlenmiş, aynı anda hem birlik hem de çok sayıda metin oluşturan bir metindir" (Руднев, 1997). Hiper metin, "olası yorumların sonsuzluğu ile karakterize edilen" bir dizi metnin tek bir bütüne dönüştürülmesine izin veren bir bilgi depolama ve sunum biçimi" (Ворожбитова, 2024), "okurun sanal gerçekliğin bir noktasından diğerine özgürce hareket etmesini sağlayan doğrusal olmayan labirent" (Петухов, 2010)tir. Hipermetinler, kullanıcı ve okurlara, metinler arasında gezinme sırasını ve yolunu kendisinin belirlemesini sağlar, "bilgi içerisinde kendi rotalarını belirleyebilme imkânı tanır" (Erica, 1999). Özel olarak "düzenlenmiş bir öğrenme aracıdır, bir dizi öğrenme aracını temsil eder" (Хузина, 2019) modern dijital bir didaktik araçtır. Disiplinlerarası, informal, karmaşık, çok katmanlı bir yapıdır.

Dar anlamıyla hiper metin, dijital büyük veri (big data) bütünüdür. Geniş anlamıyla hiper metin, dünya üzerinde her geçen gün üretilmeye devam eden tüm bilgileri sanal, eşdizimsel, çağrışımsal ilişkiler aracılığıyla büyük veri (big data) bütününe dahil eden ve işleyen; anlam arayışında bir tür rehber, iletişim türü, bilginin temsili, bilgi kaynaklarını organize eden ve yöneten elektronik bağlantılar bütünüdür.

Rus literatüründe hiper metin ve hashtag terimleri "yeni bir dilsel olgu" ve "yeni bir dilbilimsel fenomen" olarak ele alınır. Mantıksal, anlamsal, ilişkisel bağlantılar bir bilgiden diğerine geçiş yapmaya olanak sağlar. Hiper metin bir kategori olarak değerlendirilir, bu kategoride içeriksel (sistematik) bağlam benzer gönderimler arasındaki ilişki, eşyapı ya da izomorfizm kavramları ile açıklanır. Yapısal (formal) bağlamda farklı uzaklıktaki gönderimlerin ağ bağlantısı, anlatının çizgisel olmaması, mekan-zaman gelişimin değişkenliği, parçacılık, asimetrik izomorfizma veya eş yapı, sanal elektronik format gibi karakteristik özellikler gözlemlenir. İşlevsel bağlamda interaktif (etkileşim) esastır. Pragmatik bağlamda hiper metin didaktik bir araçtır, multimedya gibi çoklu ortamlarda ekstrapolasyon prensibi kapsamında bilgi aktarımı yapılır (Рязанцева, 2019). Hiper metin kategorisini karakterize eden özellikler belirlenir, takip eden sıralı çizgisel metin aktarımı görülmez, bunun yerine ağ sistemi ve anlamsal hiyerarşi hakimdir. Büyük anlamların büyük biçimsel ifadelerle anlatıldığı niceliksel ilişki yerini bilinen veri noktalarının yeni veri noktaları oluşturma işlemi olan ekstrapolasyon prensibine bırakır. Anlatı ve tematik akışta mekan-zaman sınırlılığı, sonlu ve kapalı fiziki ortam temsilinin yerini sınırsız zaman-mekan gelişimi alır. Geleneksel yapı ve paragraf

oluşturmada simetri ilkesi yerine asimetrik, birbirinden farklı yapı biçimleri kullanılır. Rus dilbilimci Ryazantseva hiper metinlere *temsilci, bilişsel (sezgisel), didaktik, fikir verici, ilişkisel* (Рязанцева, 2008) gibi beş işlev belirler. Dedova, elektronik hiper metin özelliklerini, a) çizgisel olmayan, b) ayrılgan yapı, c) değişken kompozisyon, d) multimedyatiklik, e)interaktiflik, etkileşimlilik (Дедова, 2008) şeklinde sıralar. Dilbilimsel bakımdan hiper metin kavramının oluşturulabilmesi için Masalova (Масалова, 2003) ve Mahov (Махов, 2010) "1) eksenel ve dağınık (yapısına göre); 2) basit ve karmaşık (yazılım donanımına bağlı olarak); 3) statik ve dinamik (ontolojik biçimine göre); 4) sonlu ve sonsuz (tamamlanmışlık, bütünlük derecesine göre); 5) edebi ve edebi olmayan (fonksiyonel yönelimlerine bağlı olarak); 6) izole edilmiş ve ağ dolaşımında olan (konumuna bağlı olarak) gibi tipolojik sınıflandırma önerir. Kalmıkov ve Koçanova, "a) küçük, büyük bilgi fragmanları, yapının dağılabilirliği; b) doğrusal/çizgisel olmayan metin, okur herhangi bir okuma biçimini seçebilir, kendi bireysel metnini oluşturur; c) yazı tipi, ses, animasyon gibi araçların kullanılabilmesi" (Калмыков & Кочанова, 2005) gibi hiper metnin üç ana özelliğinden bahseder.

Bilim insanlarının konu ile ilgili çalışmaları incelendiğinde hiper metin kavramının; bağlantısallık, diyalojiklik (metinde gömülü olan bilgi okuyucudan yanıt gerektirir), sanallık, çoklu medya ortamı (audio, video, foto), tamamlanmamış/ucu açık, çizgisel olmayan, rastgele veya seçilebilir bilgi sıralanışı/farklı doğrusal metinlerin oluşturulması, interaktif (aktif, dinamik-etkileşimli), eş zamanlı/eş zamansız iletişimsellik, kısa parçalar/fragmanlar, süreksizlik/süreklilik eksikliği, yazar-okur ilişkisinin değişimi ve rollerinin blurlaşması neticesinde post-modern yapı, ikoniklik (simgesel, #, @), bir bağlamda fikirlerin birleşmesini göstermek için sözcüklerin ardışık sıralanarak "montajlanması", içkinlik (sözcüklerin içsel anlamlarının açıklanması), çoklu bakış açısı, erişilebilirlik, basılı metnin teknolojik modifikasyonu gibi özelliklerle tanımlanan metin türü olduğu söylenebilir.

XX. yüzyılın sonlarında postmodernizm akımı çerçevesinde, çağdaş yazarların anlatının doğrusallığını kasten değiştirdikleri edebi post-modern eserler ortaya çıkar (Orhan Pamuk, Viktor Pelevin, Vladimir Sorokin). Bilgisayar ağlarının, Web teknolojisinin ortaya çıkması ile bu edebi akım gelişir ve kullanımı alanı çeşitlenir (Пономаренко, 2005: 100s.), Rusça "сетература" (seteratura), "ağ"+ "edebiyat" (сеть+литература) sözcüklerinin birleşmesi ile "ağdebiyat" gibi yeni bir sözcük ve internet-janr gibi yeni bir edebi tür oluşur; sanal, dijital ortamda hipertekst "postmodernizm çerçevesine tam olarak uyan özel bir tür" (Колесникова, 2003) olarak tanımlanır. Hiper metin, "elektronik-janr", "internet-janr" (Баженова & Иванова, 2012; Кириллов, 2017; Гончарова, 2022; Чернявской, 2005; Горошко & Поляковой, 2015; Рукомойниковой & Яблоковой, 2020); "sanal tür" (Горошко & Жигалина, 2010); "dijital tür", "bilgisayar dolayımlı iletişim türü" (Щипицина, 2009); "ağ türü", "ağ söylemi türü" (Карасик, 2019); "tür 2.0", "hiper tür" (Колесников, 2021) gibi tanımlamalar yapılır. "Online edebiyat", "Ağ edebiyatı" gibi yeni kavramlar gelenekselden farklılaşan yaklaşımı ifade eder, internetteki "kültürel farklılaşma için sınırsız olanaklar, çok seslilik, internetin şizoidliği, hiyerarşinin olmaması, "yazarın sanal ölümü", hiper metin ortamına giren metnin kısmen kendi kendini yeniden yapılandırması" (*Кортев, 1998*) tüm yönleriyle ve tam anlamıyla post-modernizm'in hiper metinlerde gerçekleştiğini düşündürür. Nitekim, Amerikalı bilim insanı I. Hassan'ın "belirsizlik, çeşitlilik, çok anlamlılık; parçalı anlatım (söylemin merkezsizliği); kanonik olmayan (dogmatik); öznesiz (öznenin merkezsizliği); hiper- gerçeklik (mimesisi red etmek); ironi; tür mutasyonu (çeşitli türlerin melezleştirilmesi); karnaval (gerçekliği bir oyun formunda aktarmak); performans (katılım, sunum, metinde oynamalar yapmak, yaşamın tiyatrolaştırılması); konstrüktivizm (hiper gerçekliğin modellenmesi); özlülük" (Hassan, 1971) gibi postmodern yaklaşımın karakteristik özellikleri hiper metinlerde gözlemlenir.

"Hiper metin" teriminin Theodore Nelson'ın çalışmalarında (Nelson, 1988) ortaya çıkmasından bu yana, iletişimsel önemi (Conclin 1987), bir tür araç (Хартунг & Брейдо, 1996), dökümanları birleştirme yöntemi (Орехов, 2006), model (Чернейко, 1999; Дедова, 2008) ve yeni bir bilgi ortamının temeli olarak hiper metnin rolü (Horn 1989; Bolter 1991; Субботин 1994; Купер 2000; Потапова, 2002; vb.) gibi konularda kavram şekillenir. Tematik çalışmaların yanı sıra genel olarak hiper metin teorisini geliştiren О. В. Барст, Н. Ф. Буторина, К. В. Давыдова, Т. И. Рязанцева, Н. А. Шехтман, Е. С. Клочкова, С. С. Панфилова, С. А. Стройков, М. Визель, Е. И. Горошко, А. А. Залевска, Е. В. Зыкова, И. А. Ильина, В. А. Шульгинов, А. А. Калмыков, Е. В. Котельникова, О. А. Левоненко, С. В. Лесников, А. В. Лория, М. В. Минеева, М. В. Масалова, А. С. Махов, Ж. А. Никифорова, П. И. Сергиенко, И. С. Соколова, В. Н. Сурина, А. М. Тупикова, Е. Унгуряна, Е. А. Чувильска, Л. Ю. Щипицина, В. Л. Эпштейн vb. gibi bilim insanlarının ilgili çalışmaları öncül sayılabilir. Çağımıza özgü, nispeten yeni bir dilsel fenomen olan hashtag olgusunu inceleyen М. Е. Кайгородову, 2015; И. А. Ильину, 2016; Ю. В. Щурину, 2016; Е. В. Кан, 2016; В. В. Богуславскую & И. В. Богуславского, 2017; М. Ю. Волконскую, М. А. Вахрушеву, К.

А. Паутову, 2017; Е.И. Горошко; М.А. Кронгауз; Ж.В. Лихачева; Р.И. Горюшина; М.С. Гнездиловой vb. gibi bilim insanlarının eserleri çalışmanın teorik temelini oluşturur.

Dilimizde hiper metin terimi orfografik açıdan farklı şekillerde yazılabilir, hipermetin, hipertekst, hiper tekst, köprülü metin gibi farklı biçimlerde adlandırmalar gözlemlenir. Yapılan literatür okumalarında Rus dilbilimcilerin hiper metni (гипертекст) adlandırma önerileri dikkat çeker, 'hiper metin yuvası' (М. Визель), "hiper metin düğümü" (М. В. Масалова, Д. Б. Умбрашко), "texton"(О. В. Барст, А. С. Махов), "metin bloğu" (Е. С. Клочкова), "hipotekst" (Т. И. Рязанцева, П. И. Сергиенко, Ю. И. Злобина), "fragman ve bilgi birimi" (О. В. Дедова, И. А. Ильина). (Стройков 2019) Bunun yanı sıra çalışmamızda ele alacağımız bir hipermetin türü olan hashtag teriminin Rusça yazımı хештег, хэштег gibi farklılaşabilir.

Dijital gelişmelerle gündeme gelen hiper metin kavramının alt başlıklarında etiketleme, hashtag (#), mentions (@), pinglemek, bağlantı oluşturmak, yukarı kaydır (swipe-up), link verme, link bio, keşfet (explore), ürün etiketleme, IGTV, Threads gibi popüler kavramlar sosyal medya hesaplarında uygulanan hiper metin örneklerindendir. Bu şekilde harici bağlantılara yönlendirme yapılır, ya da kullanıcıların etkileşimlerini temel alan algoritma öneriler sunar. Günümüzde sosyal medya bilgi yaymak, bilgi almak, kimlik oluşturmak, görüş bildirmek, fikir oluşturmak, destek sağlamak, kitleleri manipüle etmek gibi işlevlere sahiptir. 1980'lerde sabit hatlı telefonlarda diğer sayısal karakterlere ek olarak yeni -, #, * gibi semboller ortaya çıkar; çağrı alarmı kurmak, istenen çağrının zamanını ayarlamak gibi görevlerde kullanılır.1988 yılında "fiziksel olmayan bir iletişim topluluğu oluşturmak için", "sembolle kullanılan kelimeyi belirtmek için", "farklı kanallara bağlamak için" "grid ya da ızgara #" işareti kullanılmaya başlanır (Salazar 2017). Dolayısıyla, 2000'li yıllarda hashtag sembolü haline gelen # "ızgaralar"ın kullanımı telefon ve bilgisayar teknolojisinin gelişim süreciyle başlar. İlk hashtag eski Google çalışanı ve Uber geliştiricisi Amerikalı K. Messina'nın 23 Ağustos 2007 tarihinde bir tweet yayınlayarak sözcük/sözcüklerin öncülünde hash (#) sembolü kullanarak bilginin tematik "kanallar" aracılığıyla indekslemeyi, etiketlemeyi "farklı gruplar için bir ızgara (#) kullanma konusunda ne düşünüyorsunuz?" (Salazar 2017) önermesi ile başlar. Messina'nın önerdiği # sembolün "kitlesel kullanımı" başlangıçta Twitter yönetim kurulundan beklediği ilgiyi göremez, ancak kullanıcıların benimsemesi ile yaygınlaşan bir uygulama haline gelir. Böylece 18 yıldır çağımızın bir olgusu haline gelen "ızgaralar" "tıklanabilir" formata dönüşür, bir tür hashtag algoritması oluşur. Gigaom medya şirket çalışanlarından S. Boyd'un ortaya attığı "hashtag" terimi ise sembolün adı hash + ingilizce tag (etiket) sözcüğünün birleşimidir (Salazar 2017).

İlk kez Twitter'da kullanılmaya başlanan hashtag, zamanla İnstagram, Facebook, LinkedIn, TikTok gibi diğer sosyal medya platformlarında, mikro bloglarda, kişisel, kurumsal, tematik, profesyonel-işletme profillerinde; tartışma, şehir forumlarında; hükümet, kamusal hesaplarda yaygınlaşır. Anahtar sözcük görevi gören sözcüklerin belirtilmesi yoluyla gönderiler sınıflandırılır, sözcükler # işaretinin ardından aralıksız yazılır. Kimi durumlarda çok bahsedilen konu başlıkları "trendtopic" olur, böylece gündemi yansıtabildiği gibi gündem belirleyici rolü vardır. Bir tür hiper metin olan hashtag, sınıflandırma, kategorileştirme, ilgili içerikleri ilişkilendirme, etki etmek, tepki göstermek, cevap vermek, saygı duymak, hatırlamak gibi aksiyonlar içerir. Aratıldığında veya üzerine tıklandığında bağlantıya dönüşen hashtag konuyla ilgili etiketlenen tüm içeriklere erişimi sağlar, böylece arama yapmak, fikir bulmak mümkün olur. Geniş bir kitleye ulaşmayı, belirli bir konuyu mercek altına almayı kolaylaştırır, etkileşimi artırır. Bir motto, slogan, şiir, basitçe bir durum, duygu, ruh hali, tasarım yoluyla iletilmesi gereken hisler, bir dizi niteliksel sıfat hashtaglenebilen kategoriler arasındadır. Kısa, anlamlı, kolay hatırlanabilir, anlaşılır olmalıdır, bunun yanı sıra ardışık hashtag'ler arasında büyük anlamsal boşluklar içermemelidir. Hashtag'ler arasındaki anlamsal yakınlık yadsınamaz. Böylece, gönderilerdeki hashtaglerin birlikte görülme örüntüsü ilişkisel sıralama, anlamsal yol, semantik navigasyon olarak tanımlanabilir, sözcüksel eşdizimliliğe bir örnek olabilir. Günümüzde benzer düşünceli kimselerin etkileşimine ve kişilerin sosyalleşmesine imkânı tanır. Coğrafi konumlar belirtilir, etnik kültür ifade edilir. Komik, sempatik etkileşimler oluşturulur. Kişiler kendini tanıtır, duygusal durumlarını ifade eder. Estetik görseller sunulur. Reklam, pazarlama, ticaret için kullanılır (Örn.:#JustDoIt). Toplumsal hareketler, aktivistler, farkındalık oluşturmak isteyenler kullanır. (Örn.:#Yeşilisev, #Doğayıkoru, #HayvanlaraDeğerVer, #İnsanlığınıKaybetme). Etkinlikler, konferanslar, festivaller için özel hashtagler (Örn.:#otfestivali, #altinkelebek, #eurovision) üretilir. Görsel bir gönderiyi etiketleyen hashtag yine de bir "dilsel aktivite"dir.

Bu olgunun önemini kanıtlar nitelikte, 2012 yılında Rusya'da "#" işareti yılın kelimesi seçilir (*Емельяненко*, 2013). Bunun akabinde yaygın kullanımından dolayı hashtag sözcüğü 2014 yılında Oxford English Dictionary sözlüğüne dahil edilerek tanımlanır, "önünde, '#' sembolü olan bir kelime veya cümle; aynı konuyla ilgili içerikleri aramak için sosyal medya sitelerinde ve uygulamalarında kullanılır"

(https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/hashtag). Hashtag'ler "insanları farklı konular etrafında birleştiren bir tutkala" (Salazar 2017) benzetilir, arkadaş ve sınıflandırma sözcüklerinin birleşiminden oluşan "folksonomi örneği" (Salazar, 2017)dir. Kullanıcıların "belli bir çerçevede veya kapsamda sosyal medya hesaplarında eş zamansız olarak iletişim kurmalarına olanak sağlayan bir yöntemdir" (Hewitt, 2001). Hashtag, "bir iletişim biçiminden diğerine akan sanal gerçekliğin sınırlarının ötesine geçen bir fenomen" (Solis, 2011)dir. İnternet söyleminin ayrılmaz bir parçası haline gelen özel metin ögelerinden biri olan hashtag kullanıcıların çevrimiçi olarak daha aktif hale gelmelerini sağlar, büyük etkileşimleri yönlendirir. Bireyler arasındaki iletişimi sağlamasının yanı sıra hashtag, (ing.hash-# işareti ve tag-etiket) "bir kelime ya da ifadeden oluşan mesaj içerik etiketidir ve hashtagleri tematik olarak sınıflandırmamıza olanak sağlar" (Глазкова & Родина, 2018). Hashtag, "sosyal ağ web sitelerinde ve mikroblog hizmetlerinde kullanılan bir etiket veya meta veri etiketi" (Veszelszki & Benedek, 2016)'dir. Avusturyalı dilbilimci Zappavigna'ya göre hashtag'ler "bir mikro gönderinin konusunu etiketlemek için ortaya çıkan bir konvansiyon ve gönderilere dahil edilen bir meta veri biçimidir" (Zappavigna, 2012). Hastagler, sadece benzer içerikli mesajları bir araya getirmekle kalmayıp, hızlı erişim ve orjinal, yeni fikirlerin gelişimini sağlar. Böylece, internet ortamındaki kreolizasyon sürecine giren hashtag gibi "melez metinler" teknik olduğu kadar sosyal, çok değişkenli, çok yönlü ve belirsizdir. Oluşturulan içeriğin anlık ve eşzamanlı düzenlenebilmesi, ortak çalışma, sürekli iletişim imkanı sunar. Dilbilimciler için hashtag; arama aracı, reklam, tanıtım aracı gibi işlevsel rollerinden önce bir metindir. Dilbilimci Galyamina'ya göre, hashtag "metni sadece anlamsal olarak, konuyu işaretleyerek değil, aynı zamanda bir şekilde 'sözdizimsel' olarak da bağlar, iki veya daha fazla mesajın uyumunun maddi bir işaretleyicisidir" (Галямина, 2014). Böylece, hashtag, hem metin, hem de hiper metindir. Diğer metinlerle ağsal bağlantıları olmadığında da anlam ifade ettiği için bir metin, ağsal bağlantılarla kapsüllenen diğer metinlerle de okunabildiği için hiper metindir. Hashtag oluşturmanın çeşitli şekilleri gözlemlenir, sözcük yapım araçlarının yanı sıra dil oyunları kullanılabilir. Hashtag, kullanımı doğal dil sözdizim kuralları dışında gerçekleşir; sözcükleri ardıl biçimde sıralamak biçiminde görülür, ancak daha geniş bir anlam alanına işaret eder. Özel bir iletişim türü olarak değerlendirilir. Hiper metinlerdeki kelimeler diğer yeni bilgi ve dökümana geçiş yapabilmek için bir pencere görevi görebilir.

Dar anlamda hashtag, # sembolüyle birleşik bir biçimde sözcük veya emoji'den oluşabilen; bir etkinliğe, konuya, tartışmaya bir gönderi, mesaj biçimidir. Geniş anlamda hashtag, bloglarda, çeşitli sosyal medyalarda kategorize edilen tematik bilgi alanıdır, kontrolü okurda olmak üzere hashtag ile tanımlanan her tematik bilgi parçasının değişken sözdizimler ile monolojik nitelikte metinler oluşturulabilmesine olanak sağlar.

Boguslavskaya ve Boguslavski'ye göre, hashtag "anahtar kelimeler yardımıyla mesajın ana düşüncesini vurgulamak; bilginin tematik olarak gruplandırılması; ilgi duyulan konularda hızlı bir arama yapılmasını sağlamak" (Boguslavskaya ve Boguslavsky 2017) gibi temel özelliklere sahiptir. "Tematik olmayan" (Bruns & Moe 2014) hashtagler, #başarı, #başarısızlık, #mutluluk gibi duyguları ifade eder. Hashtagler, "tematik işaretleyici" olduğunda anlam ve sözdizimsel ifadelerdir; karakterlerin eylemlerine göre (#professor) etiketler; yüklemsel sınıflandırıcılar (#iyigünler); kısaltmalar (#lol -Lough Out Loud), (#IMHO -In My Humble Opinion) (Galyamina 2014) şeklinde çeşitlenir. Tematik olarak ayrıntılı bir sınıflandırma yapıldığında ilk etapta yirmiden (20) fazla grup belirlenir, #müzik (#melodi, #ezgi), #dans (#disco), #bayramlar (#8mart), #yiyecekler (#tarif, #glütensiz, #fastfood), #spor (#koşu, #sağlıklıyaşam), #modavekozmetik (#style) vb. gibi alt grupları kapsar. Tematik gruplar sayıca artabilir ve çeşitlenebilir. Hashtagler aracılığıyla minimum sözcükle maksimum anlam ifade edilir, "anlam sıkıştırmanın" bir yoludur. Anahtar kelimeler yardımıyla gönderi ile ilgili ipucu verir. Hem yazma-okuma-etki hem de algılama-yanıtlama-tepki hızlı olur.

Hashtagler, trend (trendtopic), marka ve içerik hashtagleri olmak üzere ayrılabilir. Rus dilbilimci Şurina hashtagleri fonksiyonlarına göre iki gruba ayırır, a) nominatif/öznel, sosyal, ekonomik rolü olanlar, b) estetik, sanatsal ve orijinal rolü olanlar (herkesçe bilinen ve özgün hashtagler) (Шурина, 2015). Daer, Hoffman ve Goodman'ın kollektif çalışmasında, hashtaglerin metindeki fonksiyonları, kişinin kendi mesajını tanımlaması, vurgulaması, ayırt edici hale getirmesi; eleştiri, tartışma nesnesinin analizi; bireyselleştirme, nesnenin karakteristiğini veya kullanıcının ruh halini ifade etme; gönderiyi yineleme, iyi bilinen bir olayın ya da internet-mem'in gönderisini yineleme; destek, tepki ifade etme (Daer & Hoffman & Goodman, 2014) şeklinde belirlenir. Hashtagler, 1) gönderinin yapıldığı yeri, fotoğrafın nerede çekildiği, bölgenin tam adı (#Ankara, #hbv), bazı duyguların veya anıların ilişkilendirildiği bir yeri vurgulamak için genelleyici (#burdurlisesi, #benimdenizim) coğrafi konumlar; 2) kullanıcıların etik değerlerini ve ruh halini yansıtan slogan hashtagler, genellikle kelime kombinasyonları veya cümle şeklindedirler (#saglikliyasam, #insanlıksuçu, #bizbizeyeteriz, #herşeyçokgüzelolacak); 3) kullanıcılar kendi yeteneklerini sunmak, kendi

dilsel idiostillerini oluşturmak, gözdağı vermek, kendi gelişimini ifade etmek, olumlu yönlerini, yeteneklerini vurgulamak gibi işlevleri olan öz sunum hashtagleri; 4) duygu ve hisleri, felsefik düşünceleri, gözlem, istek, retorik düşünce hashtagleri; 5) bir trajik olaylar, felaket, kaza, doğal afet durumlarında açıklama gerektirmeyen bir-iki sözcük geribildirim hashtagleri; 6) ünlü kişilerden, popüler şarkılardan, reklamlardan, edebi eserlerden veya filmlerdeki repliklerden oluşan popüler internet memleri, alıntı hashtagleri gibi işlevsel hashtag türleri görülebilir (Патрушева, 2018).

Araştırmanın Amaçları ve Araştırma Soruları

Bir tür hiper metin olan # hashtag kullanımı aracılığıyla tarihi bir olgu olan Sovyet kavramı günümüzde nasıl aktarılır?

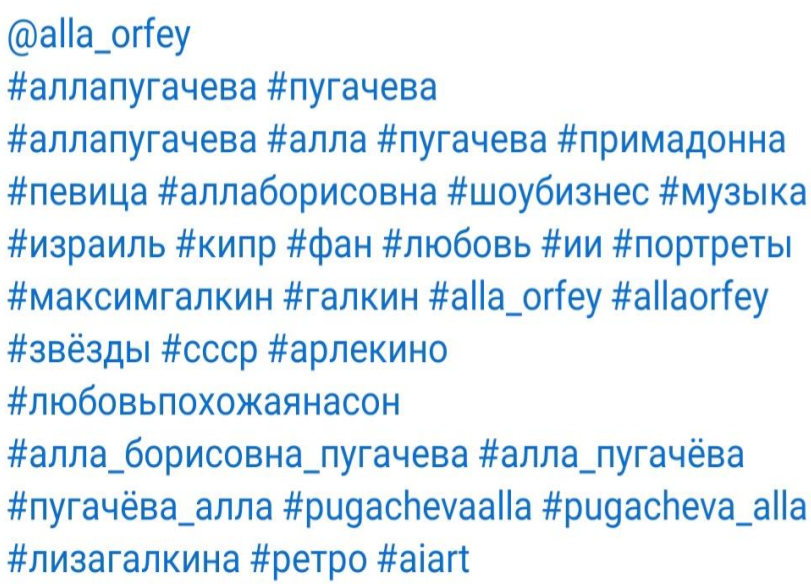
Tarihi olgu olan Sovyetler Birliği hangi sembolik değerlerle kültürel kod haline gelmiştir?

Yöntem. Evren ve Örneklem

Sovyetler Birliği ile ilgili hashtag'ler, Sovyet sözcüğü içinde geçen hashtagler (bknz. tablo1) İnstagram, Odnoklasniki, Facebook sosyal medya hesapları arasından rastgele örnekleme yapılmıştır. 2000'li yılların ilk çeyreğinde ortaya çıkan ve eğlenceyi, iletişimi, sosyalleşmeyi, ağırlıklı olarak fotoğraf gibi ögelerle görselliği ön planda tutan İnstagram, Odnoklasniki, Facebook gibi araçlar gönderilerde en fazla 10 fotoğraf, 60 saniye video ve 2.200 metin karakterine izin vererek kısa ve öz bilgi akışı sağlar. Parçalı sözcükler yardımıyla kısa ve öz bilgi kodlanır ve hashtag biçiminde aktarılır. Tablo 1'deki kiril harfleriyle yazılmış Sovyet sözcüğü içeren hashtagler ile paylaşılmış 100 gönderi ve diğer ilintili hashtagler incelenmiştir. Örnekler belirli kriterlere göre; en az 3 hashtag içeren, beğeni ve yorum sayısı yüksek olan gönderiler, fazla takipçisi olan hesaplar içinden seçilmiştir.

Bulgular

Hashtag'lerin oluşumu ve kullanımı güncel olaylara, popüler kültür olgularına ve sosyal medya trendlerine bağlı olsa da Rusça'da kullanıcılar arasında genel olarak popüler olan konular ve hashtag'ler #любовь (aşk), #красота (güzellik), #счастье (mutluluk), #лето (yaz), #зима (kış), #весна (ilkbahar), #осень (sonbahar), #природа (doğa), #путешествия (seyahat), #еда (yemek), #мода (moda), #спорт (spor), #работа (iş), #семья (aile), #друзья (arkadaşlar), #фото (foto), #селфи (selfi), #Москва (Moskova), #СанктПетербург (SanktPeterburg) şeklinde sıralanabilir. Günlük yaşamı, anlık deneyimleri, düşünceleri aktarmak için özel ve trend olan hashtagler ise, #доброеутро (günaydın), #спокойнойночи (iyi geceler), #выходные (hafta sonu), #отпуск (tatil), #я (ben, özellikle selfilerde kullanılır), #жизнь (hayat), #россия (Rusya), #инстаграм (instagram), #лайк (beğeni), #подписка (takip) olarak gözlemlenir. Dolayısıyla, gündem ve popüler konular zamanla değişebildiğinden sosyal medya platformları ve haber kaynakları takip edildiğinde toplumdaki güncel trendler tespit edilebilir.



Resim 1. *İnstagram Örneği*

Ünlü kişilerle ilgili gönderilerde hashtagler çeşitlenebilir, #пугачева, #алла, #примадонна, #певица, #аллаборисовна, #пугачёва_алла #алла_борисовна_пугачева, #алла_пугачёва gibi sadece isim, sadece soyisim, isim+soyisim, soyisim+isim, isim+baba adı+soyisim gibi hashtag verilir. Bunun yanı sıra Sovyet modernizmi anlamına gelen *#совмод* veya *#ссср, #сго, #бгсо* gibi kısaltmalar görülür. Bazı hashtaglerde önemli yıl, tarih verilir, *#17031991, #17марта, #17марта1991* gibi Sovyetler Birliği'nin yıkılış tarihi vurgulanır.

Tablo 1. *Sosyal Medya Hesaplarında Sovyet Temalı Hashtag Kullanım Sıklığı*

Hashtag	Türkçesi	İnstagram	Odnoklassniki	Facebook
#ссср	SSCB	2,700.000	11B	547B
#советскийсоюз	Sovyet birliği	410B	8.4B	49B
#историяроссии	Rus tarihi	342B	9.3B	56B
#ленин	Lenin	294B	8.6B	56B
#советский	Sovyet (eril)	286B	9.5B	23B
#классикасссср	SSCB klasiği	197B	171	12B
#советскийрайон	Sovyet bölgesi	191B	8.3B	36B
#сталин	Stalin	168B	8.5B	62B
#союз	Birlik	162B	8.4B	36B
#советскаягавань	Sovyet limanı	161B	7.9B	12B
#советскоекино	Sovyet sineması	143B	8.6B	23B
#советская	Sovyet (dişi)	102B	3.2B	12B
#советскиеоткрытки	Sovyet kartpostalları	88,2B	189	5,2B
#советскиефильмы	Sovyet filmleri	72B	3.3B	7,7B
#20век	20. yüzyıl	70,6B	529	96
#союзмультфильм	Birlik çizgi filmleri	70,3B	4.5B	11B
#советское	Sovyet (nötr)	58,1B	1.8B	5,1B
#историясссср	SSCB tarihi	54,9B	3.3B	96
#советскаяархитектура	Sovyet mimarisi	52,3B	97	3,1B
#советскоевремя	Sovyet zamanı	51,7B	744	97
#сссрфитнес	SSCB fitnes	48,2B	1B	6,8B
#советскийвинтаж	Sovyet nostaljisi	46,4B	68	4,3B
#сссржив	Yaşayan SSCB	43,8B	1.8B	74
#советскоедетство	Sovyet çocukluğu	37,1B	289	3B
#советскиемультфильмы	Sovyet çizgi filmleri	28,8B	1.2B	3,6B
#советские	Sovyetler	27,8B	1B	11B
#советскийбыт	Sovyet yaşayışı	19,5B	42	83
#советскаятехника	Sovyet tekniği	17,4B	260	98
#сссрдолгопрудный	Dolgoprudni'de SSCB	5000+	11	101
#советскийстиль	Sovyet stili	5000+	21	1,2B
#начало20века	20. yüzyıl başı	1000+	24	88
#советскийсоюзжив	Yaşayan Sovyet Birliği	1000+	-	28
#ххвек	XX. yüzyıl	1000+	133	84
#советскаяскульптура	Sovyet heykeltraşı	1000+	24	96
#бытссср	Yaşam SSCB	1000+	88	72
#знакисссср	SSCB işaretleri	1000+	23	85
#знакисссрфалеристики	SSCB işaretleri faleristikler	500+	-	-
#сссржиveевсехживых	SSCB her zamankinden daha canlı	100+	1	5
#советскаясемья	Sovyet ailesi	100+	8	32

Analize dahil edilen tüm sosyal medya platformlarında Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin SSCB şeklinde kısaltmasının kullanım sıklığı ön plana çıkar. Yaygın kullanılan bu kısaltmanın çeşitli eşleşmelerle sıklıkla SSCB klasiği (классикасссср), SSCB tarihi (историясссср), SSCB fitnes (сссрфитнес), yaşayan SSCB (сссржив), Dolgoprudni'de SSCB (сссрдолгопрудный), yaşam SSCB (бытссср), SSCB işaretleri (знакисссср), SSCB işaretleri faleristikler (знакисссрфалеристики), SSCB her zamankinden daha canlı (сссржиveевсехживых) kullanıldığı söylenebilir. Sovyet ile ilgili en sık kullanılan hashtaglerden ilk üç sırada yer alan Rus tarihi (историяроссии) ile ilişkilendirildiği görülür. Bunun yanı sıra Sovyet tanımlaması kimi zaman советский, советская, советское, советские gibi tek başına ucu açık , kimi zaman ise Sovyetler birliği (советскийсоюз)**,** Sovyet ailesi (советскаясемья), Sovyet heykeltraşı (советскаяскульптура), yaşayan Sovyetler Birliği (советскийсоюзжив), Sovyet stili (советскийстиль), Sovyet tekniği (советскаятехника), Sovyet yaşamı (советскийбыт), Sovyet çizgi filmleri (советскиемультфильмы), Sovyet çocukluğu (советскоедетство), Sovyet nostaljisi (советскийвинтаж), Sovyet zamanı (советскоевремя), Sovyet mimarisi (советскаяархитектура), Sovyet filmleri (советскиефильмы), Sovyet kartpostalları

(советскиеоткрытки), Sovyet sineması (советскоекино), Sovyet limanı (советскаягавань), Sovyet bölgesi (советскийрайон) gibi pek çok gündelik, yaşamsal betimlemelerde görülür. Sovyet sözcüğünün yanı sıra birlik (союзмультфильм, союз) sözcüğünün kombinasyonları kullanılabilir. Sovyetlerle ilgili yapılan aramalarda nispeten daha az yaşaması ve Sovyet tarihinde kısa zamanlı yer almasına rağmen Lenin'in adı, Stalin'in adına oranla daha çok etiketlenir. Böylece, Lenin öncülüğünü yaptığı Sovyet fikri ile özdeşleştirilir ve daha uzun yıllar hüküm süren Sovyetlerde uygulayıcı olan Stalin geri planda kalır. Zamansal ilişkinin gözardı edilmediği görülür, Rusya'da Sovyetler Birliği'nin hüküm sürdüğü XX. yüzyıl bilgisine (xxвек, 20век, начало20века) şeklinde vurgu yapılır (bknz.: tablo1). Tüm kullanımların yanı sıra Sovyetler Birliği eşleşmesinde yanlış yazımların olduğu görülür, советскйисоюз 500+ (İnst.), 1 (OK), 0 (FB); benzer biçimde #советскиисоюз 100+ (İnst.), 4 (OK), 0 (FB); yanlış yazım olmasına rağmen kullanım sıklıkları dikkat çeker.

Tablo 2. *Sözcük Biçiminde Sovyet Temalı Hashtag Kullanımı*

Hashtag	Türkçesi	Hashtag	Türkçesi
#референдум	Referandum	#винтаж	Vintage
#воспоминания	Hatıralar	#ностальгия	Nostalji
#эмаль	Emaye	#прошлое	Geçmiş
#вспомнить	Hatırlamak	#старое	Eski
#ретрофото, #ретро	Retrofoto, Retro	#мороженое	Dondurma
#жизнь	Hayat	#раритет	Nadir
#культура	Kültür	#доброе, #лучшее	İyi / En iyisi
#история	Tarih	#детство	Çocukluk
#актеры	Aktörler	#юмор	Mizah
#космонавт	Astronot	#память	Anı
#видеосалон	Video salonu	#дилетант	Amatör
#монтаж #видеомонтаж	Montaj	#калитники	Rusya'da bir tren istasyonu
#волга, #волга24	Volga, Volga24	#пародия	Parodi
#газ24, #газ	Gaz24, Gaz	#позитив	Pozitif
#шутка	Şaka	#дискотека	Disko
#видео	Video	#молодость	Gençlik
#ремикс	Remix	#выходные	Hafta sonu
#микс #видеомикс	Mix	#кино, #кинозал #киносссср	Sinema, sinema salonu SSCB sinema
#музыка	Müzik	#настроение	Ruh hali
#хит	Hit	#интересно	İlginç
#60е, #70е, #80е, #90е, #1970, #1980, #1990	60'lar, 70'ler, 80'ler, 90'lar, 1970, 1980, 1990	#фото, #фотография #фотоссср	Foto, FotoSSCB

Sözcük biriminde gözlemelenen Sovyet temalı hashtagler anlamsal kategorilere ayrılabilir, Sovyetlere ait fotoğraflar retrofoto, retro, fotoSSCB; videolar video salonu, video, montaj; müzikler mix, remix, müzik, hit, disco; sinemalar SSCB sinema, sinema, sinema salonu, aktörler gibi hashtagler ile etiketlenir. Hem SSCB hem de genel durum ile bağlantılandırılan şaka, ilginç, ruh hali, hafta sonu, pozitif, parodi, amatör, mizah, iyi/en iyisi, nadir gibi hashtagler görülür. Yakın dönem Rus tarihini ifade eden Sovyet temalı hashtagler kimi bireyler, aileler ve gruplar için hatıralar, hatırlamak, anı, eski, geçmiş, nostalji, vintage, 60'lar, 70'ler, 80'ler, 90'lar, 1970, 1980, 1990, çocukluk, gençlik gibi geçmiş tarihler işaret edilerek bireysel anılar paylaşılır. Emaye, dondurma, referandum, Volga, Volga24, Gaz, Gaz24, astronot, tarih, kültür, hayat, Kalitniki tren istasyonu gibi Sovyet gündelik hayatının belirgin sembolik değerler görülür (bkz.: Tablo 2).

Tablo 3. *Sözcük Öbeği Biçiminde Sovyet Temalı Hashtag Kullanımı*

Hashtag	Türkçesi	Hashtag	Türkçesi
#назадвдетство	Çocukluğa geri dönüş	#советскиедети	Sovyet çocukları
#назадвпрошлое	Geçmişe geri dönüş	#доброесоветскоекино	İyi Sovyet sineması
#назадвссср	SSCB'ye geri dönüş	#новоекино	Yeni sinema
#изпрошлого #приветизпрошлого	Geçmişten Geçmişten selam	#советскоекинолучшее	Sovyet sineması en iyisi
#моямолодость	Gençliğim	#мосфильм	Mosfilm
#ребятаснашегодвора	Avlumuzdaki çocuklar	#киностудиягорького	Gorki film stüdyosu
#референдумзассср	SSCB için referandum	#кавказскаяпленница	Kafkas Esiri
#разрушениессср	SSCB'nin yıkılışı	#бриллиантоваярука	Elmas el
#главагосударства	Devlet başkanı	#советскоеискусство	Sovyet sanatı
#министробороны	Savunma bakanlığı	#советскийхрусталь	Sovyet kristalleri

Tablo 3. *Devamı*

Hashtag	Türkçesi	Hashtag	Türkçesi
#фарфорссср **#советскийфарфор** **#фафороваяпосуда**	SSCB porseleni, Sovyet porseleni Porselen kaplar	#эмальссср #эмалированнаяпосуда #горячаяэмаль	SSCB emayesi Emaye kaplar Sıcak emaye
#родинамоя	Vatanım	#советскиеавтомобили	Sovyet otomobilleri
#историяленинграда	Leningrad'ın tarihi	#староефото	Eski fotoğraf
#историяруси	Rusların tarihi	#историческоефото	Tarihi fotoğraflar
#урокистории	Tarih dersleri	#космосвисскустве	Sanatta uzay
#историявлицах	Yüzlerdeki tarih	#советскийкосмос	Sovyet uzayı
#историезнаки	Tarihi işaretler	#жизньссср	SSCB'de yaşam
#тяжелыезнаки	Ağır işaretler	#зимавссср	SSCB'de kış
#рожденныевсссср	SSCB'de doğanlar	#москвадетали	Moskova detayları
#готовксанитарнойобороне	Sağlık savunmasına hazır	#книгисссср, #советскаякнига	SSCB kitapları, Sovyet kitapları
#птичийрынок	Kuş pazarı	#культовоеместо	İkonik yer
#сделановсссср	SSCB'de üretildi	#олдскул	Eski okul

Sözcük öbeği biçiminde hashtag kullanımlarında sıklıkla geçmişe geri dönüş, çocukluğa geri dönüş, gençliğim, avlumuzdaki çocuklar, SSCB'ye geri dönüş, geçmişten, geçmişten selam, SSCB'de doğanlar, eski fotoğraflar, tarihi fotoğraflar ifadeleri ile ülkenin yakın zaman tarihi kişilerin objektif olarak geçmişe gönderme yapmaları, nostalji vurgusu yapılır. Leningrad'ın tarihi, Rusların tarihi, tarih dersleri, yüzlerdeki tarih, tarihi işaretler, ağır işaretler gibi geçmişteki olgusal gerçeklere, tarihe, tarihsel olgulara değinilir. Benzer şekilde Rus ve Sovyet tarihinde yer alan olgular somutlaştırılabilir; SSCB için referandum, SSCB'nin yıkılışı, devlet başkanı, savunma bakanlığı gibi yönetimsel etiketli paylaşımların yapıldığı görülür. Bunun yanı sıra Rus gündelik yaşamının detayları paylaşılır, SSCB porseleni, Sovyet porseleni, porselen kaplar; SSCB emayesi, emaye kaplar, sıcak emaye veya Sovyet kristalleri gibi evi, aileyi, kadını, anneyi, eşi, gündelik uğraşları çağrıştıran etiketler gözlemlenir. Ev dışında sokaktaki Sovyet'e ait olgular ve gelişmeler hashtaglerde görülür, SSCB'de yaşam, Sovyet çocukları, SSCB'de kış, Sovyet sanatı, Sovyet uzayı, sanatta uzay, SSCB kitapları, Sovyet kitapları, Moskova detayları, eski okul, kuş pazarı, ikonik yer, SSCB'de üretildi gibi tematik etiketler dikkat çeker. 1934-1967 yılları arasında SSCB Kızıl Haç ve Kızıl Yarım Ay Birliği'nin kitlesel sağlık programına hazırlığı GSO (ГСО) kısaltmasıyla sağlık savunmasına hazır (Готовксанитарнойобороне) hashtagi ile işaretlenir. Sovyetlerde sinema ve sinema teknolojisi gelişmeye başlar ve önemli bir rol oynar, iyi Sovyet sineması, Yeni sinema, Sovyet sineması en iyisi gibi filmler etiketlenir. Mosfilm ve Gorki film stüdyosu gibi dönemin belirgin film yapım stüdyoları ön plana çıkar. İncelenen 100 hashtag içerisinde Elmas el ve Kaskas esiri gibi iki sinema filmi görülür (bkz.: Tablo 3).

Nispeten dar kapsamda kapılan araştırmamızda Tatyana Bozhok, Natalya Negoda, Andrey Sokolov, Yuri Nikulin, Nina İvanova, Boris Gitin, Maksim Galkin, Aleksandr Abdulov, Natalya Arinbasarova gibi Sovyet oyuncular, aktörler; Roza Rımbaeva, Alla Pugaçeva gibi ses sanatçıları; İrina Volkova, Yegor Konçalovski gibi film yönetmenleri; bale sanatçısı Olga Zabotkina; Sovyet politikacı Leonid Brejnev; Sovyetler Birliği Savunma Bakanı Dmitri Ustinov; fotoğrafçı, foto muhabiri Yuri Abramoçkin gibi ünlü Sovyet devlet insanları, aktörler, oyuncular ve şarkıcıların isimleri hashtaglerde ön plana çıkar.

Tablo 4. *Tümce Biçiminde Sovyet Temalı Hashtag Kullanımı*

Hashtag	Türkçesi	Hashtag	Türkçesi
#вспомнимкаквсеначиналось	Her şeyin nasıl başladığını hatırlayalım	#Вспомни	Hatırla
#каквсеначинались	Her şey nasıl başladı	#Помним	Anımsıyoruz
#этобылодавноэтобылонедавно	Uzun zaman önceydi kısa bir süre önceydi	#Какэтобыло	Nasıl oldu
#Былостало	Öyleydi öyle oldu	#Вспомнитьвсе	Her şeyi hatırlamak
#Быловремя	Öyle zamanlar vardı.		

Tümce biçimindeki hashtag kullanımlarının diğer sözcük ve sözcük öbeklerinden daha az tercih edildiği söylenebilir. Tümce biçimindeki cümle ögelerinin aralıksız yazıldıkları hashtag etiketlerinde kimi tümce örnekleri hatırla gibi emir kipinde görülür, kimi örneklerde ise gizli özne ile *anımsıyoruz, öyleydi öyle oldu, her şeyin nasıl başladığını hatırlayalım* gibi örnekler gösterilebilir. *Her şey nasıl başladı, nasıl oldu* gibi etiketlerle tarihi sürecin sorgulaması yapılır; sebep-sonuç ilişkisinin kurulur; olayların sırası, oluş biçimi irdelenir. *Her şeyi hatırlamak, öyle zamanlar vardı, uzun zaman önceydi kısa bir süre önceydi* gibi zaman bakımından kurulması uzun

zaman önce olan ve yıkılması nispeten yakın zaman önce gerçekleşen Sovyet rejimine, tarihine, kurulmasına, yıkılmasına vurgu yapılır.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

2000'ler sonrası görsel medya; toplumu, iletişim için yeni biçimleri ve standartları şekillendirir. Gelişen teknolojilerin bilgi aktarımındaki rolü yadsınamaz, sınırları kaldırır, mesafeleri ulaşılabilir kılar. İnsan iletişiminde internetin belirleyici rolü, dilbilimcilerin dijital metinlerdeki sözlü ve sözsüz karakteristik özelliklerine yoğunlaşmalarını sağlar. Bilim insanlarının konu ile ilgili çalışmaları incelendiğinde hiper metin kavramının; bağlantısallık, diyalojiklik (metinde gömülü olan bilgi okuyucudan yanıt gerektirir), sanallık, çoklu medya ortamı (audio, video, foto), tamamlanmamış/ucu açık, çizgisel olmayan, rastgele veya seçilebilir bilgi sıralanışı/farklı doğrusal metinlerin oluşturulması, interaktif (aktif, dinamik-etkileşimli), eş zamanlı/eş zamansız iletişimsellik, kısa parçalar/fragmanlar, süreksizlik/süreklilik eksikliği, yazar-okur ilişkisinin değişimi ve rollerinin blurlaşması neticesinde post-modern yapı, ikoniklik (simgesel, #, @), bir bağlamda fikirlerin birleşmesini göstermek için sözcüklerin ardışık sıralanarak "montajlanması", içkinlik (sözcüklerin içsel anlamlarının açıklanması), çoklu bakış açısı, erişilebilirlik, basılı metnin teknolojik modifikasyonu gibi özelliklerle tanımlanan metin türü olduğu söylenebilir. Bu yeni metin biçimi için "online edebiyat" "ağdebiyat", "elektronik-janr", "internet-janr", "sanal tür", "dijital tür", "bilgisayar dolayımlı iletişim türü", "ağ türü", "ağ söylemi türü", "tür 2.0", "hiper tür" gibi tanımlamalar yapılır. Rus dilbilimcileri hiper metni (гипертекст), "hiper metin yuvası", "hiper metin düğümü", "texton", "metin bloğu", "hipotekst", "fragman ve bilgi birimi" şeklinde çeşitli söylemler geliştirir.

Görsel bir gönderiyi etiketleyen hashtag yine de bir "dilsel aktivite"dir. Dar anlamda hashtag, # sembolüyle birleşik bir biçimde sözcük veya emoji'den oluşabilen; bir etkinliğe, konuya, tartışmaya bir gönderi, mesaj biçimidir. Geniş anlamda hashtag, bloglarda, çeşitli sosyal medyalarda kategorize edilen tematik bilgi alanıdır, kontrolü okurda olmak üzere hashtag ile tanımlanan her tematik bilgi parçasının değişken sözdizimler ile monolojik nitelikte metinler oluşturulabilmesine olanak sağlar.

Son yıllarda internette yaygın kullanılan instagram, facebook gibi kişisel veya kurumsal sosyal medya hesaplarında sıklıkla kullanılan hashtag hiper metin örneklerindendir. Günümüz iletişim biçimlerinden hashtag dilbilimsel bakımdan metin olmasının ötesinde hiper metin bağlamında değerlendirilir; iletişim, rehberlik, yönlendirme, sınıflandırıcılık, bilgiyi temsil etme görevi gördüğü tespit edilir. Konuyla ilgili anahtar kelimeleri temsil eden hashtag kullanımları birer kod olarak algılanır, az sözcüklerle çok anlam ifade eder. Çalışma, SSCB (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği), Sovyetler veya Sovyetler Birliği olarak bilinen XX. yüzyılda Rus toplumuna hüküm süren rejimi konu alır. Sovyet sözcüğünün geçtiği hashtagler başta İnstagram olmak üzere Facebook ve Rusya'da yaygın kullanılan Odnoklasniki adındaki yerel sosyal medya hesaplarından arama butonuna yazılarak kullanım sıklıkları ve birlikte kullanıldıkları hashtag sözcükleri derlenir. İnstagram, Facebook (FB), Odnoklasniki (OK) gibi Rusça bilen sosyal medya kullanıcılarının Kiril alfabesi ile yazılan Sovyet temalı hashtagler ve biçimsel yapıları incelenir. Sovyet temalı hashtagların hangi bağlamda kullanıldıkları, neredeyse 100 yıl önce Rus toplumunu etkilemiş olan tarihi olgunun günümüz popüler araçlarında nasıl aktarıldığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada 100 gönderi basit örneklem yöntemi ile tespit edilir. Analiz edilen veriler tümdengelim yaklaşımı kullanılarak, Sovyet sözcüğüyle ilgili anahtar sözcükleri içeren hashtag gönderilerinden elde edilmiştir. Örnekler; a) en az 3 hashtag içeren, b) beğeni ve yorum sayısı yüksek olan gönderiler ve c) fazla takipçisi olan hesaplar arasından seçilmiştir.

Elde edilen veriler ışığında sıklıkla SSCB kısaltması, Sovyet, Birlik, Sovyetler Birliği gibi anahtar sözcükler yaygın kullanılan üç sosyal medya platformunda araştırılır, kullanım sıklıkları belirlenir. Analize dahil edilen tüm sosyal medya platformlarında Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin SSCB şeklinde kısaltmasının rekor kullanım sıklığı (İnst. 2,700.000; OK. 11B; FB. 547B) ile ilk sırada yer alarak ön plana çıkar. Sık kullanım sıralamasında "Sovyetler Birliği", "Rus tarihi", "Lenin" ve "Sovyet" etiketli hashtagler çalışmaya kaynak sağlayan üç sosyal medya platformlarında ilk 5 sırada yer alır. Tarih, kültür, gündelik yaşam alışkanlıkları üzerinde durulur.

Elde edilen hashtagler sözcük, sözcük öbekleri ve tümce biçiminde olmak üzere dilbilimsel bakımdan ele alınır. Sovyet temalı hashtag kullanımlarında sözcük ve sözcük öbeği biçimlerinin aynı oranda kullanıldığı tespit edilirken, tümce biçimindeki hashtagler nadir görülür. Nadir tümce kullanımlarının kimi zaman özne, kimi zaman nesne ögelerinin eksiltili olduğu gözlemlenirken, yüklem eksiltisi görülmez, çoğunlukla yüklem odaklı hashtagler olduğu söylenebilir. Az sözcükle esas ögenin vurgulandığı aktarımlar önem kazanır, esas ögenin tamamlayıcı unsurları büyük kavram bağlamında tamamlanır. Sözcük öbeği biçiminde hashtag kullanımlarında sıklıkla geçmişe geri dönüş, çocukluğa geri dönüş, gençliğim gibi geçmişe gönderme

yapmaları, nostalji vurgusu yapılır. Leningrad'ın tarihi, Rusların tarihi, tarih dersleri, yüzlerdeki tarih, tarihi işaretler, ağır işaretler gibi geçmişteki olgusal gerçeklere, tarihe, tarihsel olgulara değinilir. Bunun yanı sıra Rus gündelik yaşamının detayları paylaşılır, SSCB porseleni, Sovyet porseleni, porselen kaplar; SSCB emayesi, emaye kaplar, sıcak emaye veya Sovyet kristalleri gibi evi, aileyi, kadını, anneyi, eşi, gündelik uğraşları çağrıştıran etiketler gözlemlenir. Ev dışında sokaktaki Sovyet'e ait olgular ve gelişmeler de hashtaglerde görülür. Tümce biçimindeki hashtag kullanımlarının diğer sözcük ve sözcük öbeklerinden daha az tercih edildiği söylenebilir.

Etik Beyan

"Hiper Metin ve Kolektif Bellek: Sovyet Temalı Hashtaglerin İncelenmesi" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Hypertext and Collective Memory: An Analysis of Soviet Themed Hashtags*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation.

Çatışma Beyanı

Araştırmacının araştırma ile ilgili diğer kişi veya kurumlarla yaşanabilecek çıkar çatışması yoktur.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Bakhtin, Mihail (1981). *The Dialogic Imagination* (M. Holquist, Ed.; C. Emerson ve M. Holquist, Transl.), Austin, Tx: University Of Texas Press.

Bush, V. (1945). As We May Think. Atlantic Monthly, 176, 101-108. Http://Www.Ps.Uni-Saarland.De/~Duchier/Pub/Vbush/Vbush-All.Shtml Erişim Tarihi: 04.02.2025

Crystal, D. (2006). *Language And The Internet. Second Edition*. Cambridge University Press, Cambridge.

Daer A.R. & Hoffman F.R. & Goodman S. (2014). *Rhetorical Functions Of Hashtag Forms Across Social Media Applications //Communication Design Quarterly* 3.1 November.

Derrida, J. (1981). *Writing And Difference*, Translated By A. Bass. London: Routledge And Kegan Paul.

Derrida, J. (1999). "Platon'un Eczanesi", Çev. Zeynep Direk, *Toplumbilim: Derrida Özel Sayısı*, Sayı: 10, 63-82.

Erica De Vries-Ton De Jong, (1999). "The Design And Evaluation Of Hypertext Structures For Supporting Design Problem Soving", *Instructional Science, 27,* P. 285-302.

Hassan, I. (1971). Postmodernısm. *New Literary History*, *3*(1), 5–30. Https://Doi.Org/10.2307/468378

Hewitt, J. (2001). Beyond Threaded Discourse. *International Journal Of Educational Telecommunications, 7*(3), 207–221.

Ladislao S. Vd., (2009). "Do Graphical Overviews Facilitate Or Hinder Comprehension İn Hypertext" *Computers & Education,* v.53, P.1308–1319.

Landow G.P. (1992). Hypertexte: The Convergence Of Contemporary Critical Theory & Technology. Johns Hopkins University Press, 242.

Nancy G. Patterson (2015). Hiper Metin Ve Değişen Okuyucu Rolleri (Çev.: Şevkı Işıklı, Gamze Aksel) Online Academic Journal Of Information Technology. Summer/Yaz – Cilt/Vol: 6 - Sayı/Num: 20. Doı: 10.5824/1309-1581.2015.3.005.X.

Narin, F. B. (2016). İnternet Gazeteciliğinde Hipermetin Üretimi. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi* - Sayı 43 / Güz, 118-149.

Salazar, E. (2017). Hashtags 2.0 - An Annotated History Of The Hashtag And A Window To İts Future, Icono 14, Volumen 15 (2), Pp. 16-54. Doi: 10.7195/Ri14.V15i2.1091

Türkyılmaz, M. & Başarmak, U. (2011). Ana Dil Öğretiminde Hiper Metin Kullanımının Okuduğunu Anlamaya Etkisi. *Sdü Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 197-212.

Veszelszki, Á. (2016). #Time, #Truth, #Tradition.: An İmage-Text Relationship On Instagram: Photo And Hashtag. Á. Veszelszki & A. Benedek (Eds.), *In The Beginning Was The Image: The Omnipresence Of Pictures: Time, Truth, Tradition*(Pp. 139–150). Peter Lang Ag. Http://Www.Jstor.Org/Stable/J.Ctv2t4cns.16.

Zappavigna, M. (2012). *Discourse Of Twitter And Social Media: How We Use Language To Create Affiliation On The Web*, London: Continuum.

------- (2024). We are social, Dijital 2024 Türkiye. https://www.guvenliweb.org.tr/dokuman-detay/we-are-social-subat-2024-raporu Erişim tarihi: 16.12.2024.

Баженова Е.А. & Иванова И.А. (2012). Блог Как Интернет-Жанр. *Вестник Пермского Университета.* Вып. 4(20). с.125–131.

Ворожбитова, А. А. (2024). *Теория Текста. Антропоцентрическое* Направление: Учеб. Пособие. 5-Е Изд., Стер. Москва: Флинта.

Галямина, Ю. Е. (2014). Лингвистический анализ хештегов Твиттера. *Современный русский язык в интернете.* М.: Языки славянской культуры, с.13–22.

Глазкова С. Н. & Родина А. А. (2018). Неофраземы С Лексемой «Душа»(На Материале Социальной Сети «Инстаграм»). *Омский Научный Вестник*. Сер. Общество. История. Современность. № 3. С. 44–48. Doı: 10.25206/2542-0488-2018-3-44-48.

Гончарова, М.А. (2022). Виды Блогов В Социальной Сети «Инстаграм» Types Of Blogs On The Social Network Instagram *Поволжский Педагогический Вестник*. Т. 10, № 1(34).

Горошко Е.И. & Жигалина Е.А. (2010). Виртуальное Жанроведение: Устоявшееся и Спорное. *Вопросы Психолингвистики*. № 12. С. 105–124.

Горошко, Е.И. & Полякова, Т.Л. (2015). К Построению Типологии Жанров Социальных Медий. *Жанры Речи*. № 2(12). С. 119–127.

Дедова, О. В. (2008). *Теория Гипертекста и Гипертекстовые Практики В Рунете.* Москва: Изд-Во МГУ.

Емельяненко В. (2013). Слова За Решёткой. *Русский Мир.Ru*. No 2. С.14–17.

Калмыков, А. А. & Кочанова, Л. А. (2005). *Интернет Журналистика*: Учебное Пособие. Москва: JUNITI-DANA.

Кастельс М. & Киселева Э. (2000). Россия И Сетевое Сообщество. *Мир России*. №1, 23-51.

Карасик, В.И. (2019). Жанры Сетевого Дискурса. *Жанры Речи*. № 1(21). С. 49–55.

Колесникова, М. М. (2003). Гипертекст Как Основа Сетевой Коммуникации. Текст: Теория Методика В Контексте Вузовского Образования: Науч. Тр. I Всерос. Конф. «Текст: Теория И Методика В Контексте Вузовского Образования» (Тольятти, 14–16 Октября 2003 Г.). Тольятти.

Колесников, А. А. (2021). Жанровое Разнообразие Социальной Сети «Инстаграм» Как Лингводидактический Ориентир. *Вестник Томского Государственного Университета.* № 472. С. 178–188. Doı: 10.17223/15617793/472/21.

Корнев С. (1998). «Сетевая Литература» И Завершение Постмодернизма: Интернет Как Место Обитаниялитературы. *Новое Литературное Обозрение.* №32. Url: Http://Www.Zhurnal.Ru/Slova/Teoriya/Kornev.Htm.

Кириллов А. Г. (2017). Трансформация Жанра Блога В Программах Обмена Мгновенными Сообщениями. *Жанры Речи*. № 2(16). С. 260–267.

Краснoярова, О. В. (2012). Феномен Гипертекста И Гиперссылки. *Вопросы Теории И Практики Журналистики.* (1) 46-54.

Леонтьева, Н. Н. (2006). *Автоматическое Понимание Текстов. Системы, Модели, Ресурсы*. М.: Академия.

Лотман, Ю.М. (2010). *Семиосфера.С.Петербург*: «Искусствоспб».

Мальковская, И.А. (2004). *Знак Коммуникации. Дискурсивные Матрицы*. М:Едиториал Урсс.

Махов, А. С. (2010). Типология Художественных Гипертекстов На Основе Немецкоязычных Интернет-Сайтов: Автореф. Дисс. … К. Филол. Н. М.

Масалова М. В. (2003). Гипертекстуальность Как Имманентная Текстовая Характеристика: Дисс. … К. Филол. Н. Ульяновск.

Müller, R. & Šidák, P. (2012). Словарь новейшей теории литературы: словарь терминов. Praha: Academia.

Патрушева, Л. С. (2018). Хештегирование Как Новый Коммуникативный Процесс. *Вестник Удмуртского Университета. Серия История И Филология* Т. 28, Вып. 3. 471- 475с.

Петухов, С. В. (2010). Гипертекст: Творчество Без Границ. *Вестник Бурятского Государственного Университета.Философия.* (10). 228-231.

Пономаренко, И. Н. (2005). Постмодернизм И Гипертекст. *Известия Вузов. Северо-Кавказский Регион Общественные Науки. Приложение.* № 7. 98-103.

Руднев, В. П. (1999). *Сдоварь Культуры XX Века: Ключевые Понятия и Тексты*. Москва: Изд-во Аграф.

Руднев, В.П. (1997). *Словарь Культуры XX Века*. М.: Аграф.

Рукомойникова, В.П. & Яблокова К.А. (2020). Методы Эмоционального Воздействия Блогеров На Пользователей Сети Инстаграм. *Вестник Международного Института Рынка*. Спецвыпуск. С. 57–65.

Рязанцева, Т. И. (2019). О Категориях Гипертекста. *Медиалингвистика,* 6(3), 327–340. Https://Doi.Org/10.21638/Spbu22.2019.304

Рязанцева, Т. М. (2008). *Теория И Практика Работы С Гипертекстом [Текст]:* Учеб. Пособие Для Студ. Высш. Учеб. Завед., Обучающихся По Гуманит. Спец. / Т.П. Рязанцева. – М.: Академия.

Саяпин, В.О. (2012). Смысловые Реалии Гипертекста В Виртуальной Коммуникации. *Вестник Пермского Университета Философия. Психология. Социология* Выпуск 3 (11) 105- 113.

Сергиенко, П. И. (2008). К Вопросу Об Использовании Гипертекста В Энциклопедическом Информационно-Развлекательном *Электронных Изданиях. Вестник Московского Госуниверситета. Сер.* 19. Лингвистика И Межкультурная Коммуникация. № 4.

Соколова, Я (2012). *Три Аспекты Вербального тексты*. Nitra: UKF.

Стройков, С. А. (2019). Формирование Лингвистической Концепции Электронного Гипертекста Филологические Науки. *Вопросы Теории И Практики*. Том 12. Выпуск 4, 287-291s.

Субботин, М. М. (1994). Гипертекст. Новая Форма Письменной Коммуникации. *Итоги Науки И Техники, Серия Информатика* / Винити. Т. 18.

Чернышевская, В. Е. (2009). *Лингвистика Текста: Поликодовость, Интертекстуальность, Интердискурсивность*: Учебное Пособие. Москва: Книжный дом LIBROKOM.
Чернявская, В.Е. (2005). Тип Текста В Социокультурной Перспективе. Жанры Речи : *Сборник Науч. Статей*. Вып. 4. Жанр И Концепт. Саратов : Колледж. С. 102–112.
Щурина, Ю. В. (2015). Комуникативно-Игровой Потенциал Хэштегов. *Вестн. Череповец. Гос. Ун-Та*. № 8 (69). С.100-104.
Щипицина, Л. Ю. (2009). *Жанры Компьютерно-Опосредованной Коммуникации*. Архангельск: Поморский Университет.
Хартунг Ю. (1996). Гипертекст Как Объект Лингвистического Анализа. *Вестн. Моск. Ун-Та*. Сер.9: Филология. №3. С.61–77.
Хузина, А.Х. (2019). Гипертекст Как Дидактическое Средство. *Шаг В Науку*. (3) 143-145.
Эко У. (1998). *Отсутствующая Структура. Введение В Семиологию*. М:«Петрополис».
Эко У. (2000). От Интернета К Гутенбергу // Общество И Книга: От Гутенберга До Интернета. М.: Традиция. С.275–279.

İnternet Kaynakları

Hashtag: Https://Www.Oxfordlearnersdictionaries.Com/Definition/English/Hashtag Erişim Tarihi: 18.01.2025
Solis, B. (2011, June 16). *The Hashtag Economy*. Retrieved From Http://Www. Briansolis.Com/ 2011/06/ Hashtag-This-The-Culture-Of-Social-Media-Is/
Инстаграм [Электронный Ресурс]: [Социальная Сеть]. Режим Доступа: Https://Инстаграм.com
Facebook [Электронный Ресурс]: [Социальная Сеть]. Режим Доступа: Https://Ru-Ru.Facebook.Com
Одноклассники [Электронный Ресурс]: [Социальная Сеть]. Режим Доступа: Https://Одноклассники.Com

References

Bajenova E. A. & İvanova İ. A. (2012). Blog Kak İnternet-Janr. *Vestnik Permskovo Universiteta*. Vıp. 4(20). c.125–131.
Vorojbitova, A. A. (2024). *Teoriya Teksta*. Antropotsentriçeskoye Napravleniye: Uçeb. Posobiye. 5-E İzd., Ster. Moskva: Flinta.
Galyamina, Yu. E. (2014). Lingvistiçeskiy Analiz Heştegov Twittera. *Sovremennıy russkiy yazık v internete*. M.: Yazıki slavyanskoy kulturı, c.13-22.
Glazkova S. N. & Rodina A. A. (2018). Neofrazemı c leksemoy "Duşa" (na materiale sotsialnoy seti "İnstagram"). *Omskiy naucnıy vestnik*. Ser. Obşetstvo. İstoriya. Sovremennost. № 3. C. 44–48. Doı: 10.25206/2542-0488-2018-3-44-48.
Gonçarova, M. A. (2022). Vidı blogov v sotsialnoy seti "ınstagram". *Povoljskiy pedagogiçeskiy vestnik*. T. 10, № 1(34).
Goroşko E. İ. & Jigalina E. A. (2010). Virtualnoe Janrovedeniye: Ustoyavşeyasya i spornoye. *Voprosı psiholingvistiki*. № 12. C. 105–124.
Goroşko, E. İ. & Polyakova, T. L. (2015). K postroyeniyu tipologii Janrov Sotsialnıh medii. *Janrı reçi*. № 2(12). C. 119–127.
Dedova, O. V. (2008). *Teoriya giperteksta i gipertekstovıye praktiki v runete*. Moskva: İzd-Vo Mgu.
Yemelyanko V. (2013). Slova za reşetkoy. *Russkiy Mir.Ru*. No 2. C.14–17.
Kalmıkov, A. A. & Koçanova, L. A. (2005). *Internet Jurnalistika*: Uçebnoye Posobiye. Moskva: JUNITI-DANA.
Kastels M. & Kiseleva E. (2000). Rossiya i setevoye Soobşestvo. *Mir Rossii*. №1, 23-51.
Krasik, V. İ. (2019). Janrı setovogo diskursa. *Janrı Reçi*. № 1(21). C. 49–55.
Kolesnikova, M. M. (2003). Gipertekst kak osnova setevoy kommunikatsii. Tekst: teoriya metodika v kontekste vuzovskogo obrazovaniya: Nauç. Tr. I Vseros. Konf. «Tekst: teoriya metodika v kontekste vuzovskogo obrazovaniya» (Tolyatti, 14–16 okstyabrya 2003 g.). Tolyatti.
Kolesnikov, A. A. (2021). Janrovoye raznoobraziye sotsialnoy seti "instagram" kak lingvodidaktiçeskiy Orientir. *Vestnik tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. № 472. C. 178–188. Doı: 10.17223/15617793/472/21.
Kornev C. *(1998)*. «Setevaya literatura» i zaverşeniye postmodernizma: Internet kak mesto obitaniya literaturı. *Novoye literaturnoye Obozreniye*. №32. Url: Http://Www.Zhurnal.Ru/Slova/Teoriya/Kornev.Htm.
Krillov A. G. (2017). Transformatsiya janra bloga v programmah obmena mgnovennımi soobşeniyami. *Janrı reçi*. № 2(16). C. 260–267.
Krasnoyarova, O. V. (2012). Fenomen giperteksta i giperssılki. Voprosı teorii i praktiki jurnalistiki. (1) 46-54.
Leontyeva, N. N. (2006). *Avtomatiçeskoye ponimaniye tekstov. Sistemı, Modeli, Resursı*. M.: Akademiya.
Lotman, Yu. M. (2010). *Semiosfera*. Petersburg: «İskusstvospb».
Malkovskaya, İ. A. (2004). *Znak Kommunikatsii. Diskursivnıye matritsı*. M: Editorial Urss.
Mahov, A. C. (2010). Tipologiya hudojestvennıh gipertekstov na osnove nemetskoyazıçnıh internet-saytov: Aftoref. Diss. … K. Filol. N. M.
Masalova, M. V. (2003). Gipertekstualnost kak immanentnaya tekstovaya harakteristika: Diss. … K. Filol. N. Ulyanovsk.
Müller, R. & Šidák, P. (2012). Slovar noveyşey teorii literaturı: slovar terminov. Praha: Academia.
Patruşeva, L. C. (2018). Heştegirovaniye kak novıy kommunikativnıy protses. *Vestnik Udmurtskogo Yniversiteta. Seriya istoriya i filologiya*. T. 28, Вып. 3. 471- 475c.

Petuhov, C. V. (2010). Gipertekst: Tvorçestvo bez granits. *Vestnik buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya.* (10). 228-231.
Ponomarenko, İ. N. (2005). Postmodernizm i gipertekst. *İzvestiya vuzov. Severo-Kavkazskiy region obşestvennoye nauki. Prilojeniye.* № 7. 98-103.
Rudnev, V. P. (1999). *Slovar kulturı XX veka: klyuçevıye ponyatiya i tekstı.* Moskva: İzd-vo Agraf.
Rudnev, V. P. (1997). *Slovar kulturı XX veka.* M: Agraf.
Rukomoynikova, V. P. & Yablokova K. A. (2020). Metodı emotsionalnogo vozdeystviya bloggerov na polzovateley seti instagram. *Vestnik mejdunarodnogo İnstituta rınka*. Spetsvıpusk. C. 57–65.
Ryazantseva, T. İ. (2019). O kategoriyah giperteksta. *Medialingvistika*, 6(3), 327–340. Https://Doi.Org/10.21638/Spbu22.2019.304
Ryazantseva, T. M. (2008). *Teoriya i praktika rabotı c gipertekstom [Tekst]:* Uçeb. Posobiye dlya stud. vısş. Uçeb. Zaved., obuçayuşihsya po gumanit. spets. – M.:Akademiya.
Sayapin, V. O. *(2012).* Smıslovıye realii giperteksta v virtualnoy kommunikatsii. *Vestnik Permskogo Universiteta Filosofiya. Psihologiya. Sotsiologiya Vıpusk.* 3 (11) 105- 113.
Sergienko, P. İ. (2008). K Voprosu ob ispolzovanii giperteksta v ensiklopediçeskom informatsionno-razvlekatelnom elektronnıx izdaniyah. *Vestnik Moskovskogo Gosuniversiteta. Ser. 19*. Lingvistika i mejkulturnaya kommunikatsiya. № 4.
Sokolova, Ya (2012). *Tri aspektı verbalnego tekstı*. Nitra: UKF.
Stroykov, C. A. (2019). Formirovaniye lingvistiçeskoy kontseptsii elektronnogo giperteksta filologiçeskiye nauki. *Voprosı teorii i praktiki*. Tom 12. Vıpusk 4, 287-291c.
Subbotin, M. M. (1994). Gipertekst. Novaya forma pismennoy kommunikatsii. *İtogi nauki i tehniki, Seriya informatika* / Viniti. T. 18.
Çernışevskaya, V. E. (2009). Lingvistika teksta: *Polikodovost, İntertekstualnost, İnterdiskursivnost*: Uçebnoye Posobiye. Moskva: Knijnıy dom LIBROKOM.
Çernyavskaya, V. E. (2005). Tip teksta v sotsiokulturnoy perspektive. Janrı reçi: *Sbornik nauç. statey*. Vıp. 4. Janr i konsept. Saratov: Kolledj. C. 102–112.
Şurina, Yu. V. (2015). Kommunikativno-igrovoy potensial heştegov. *Vestn. Çerepovets. Gos. Un-ta.* № 8 (69). C.100-104.
Şipitsina, L. Yu. (2009). Janrı kompyuterno-oposredovannoy kommunikatsii. Arhangelsk: Pomorskiy Universitet.
Hartung Yu. *(1996).* Gipertekst kak obekt lingvistiçeskogo analiza. Vest. Mosk. Un-Ta. Ser. 9: Filologiya. №3. C.61–77.
Huzina, A. H. (2019). Gipertekst kak didaktiçeskoye sredstvo. *Şag v nauku.* (3) 143-145.
Eko U. (1998). Otsutsvuyuşaya struktura. Vvedenie v semiologiyu. M:«Петрополис».
Eko U. (2000). Ot interneta k gutenbergu // Obşestvo i kniga: ot Gutenberga do interneta. M.: Traditsiya. C.275–279.

İnternet Kaynakları

İnstagram [Elektronnıy resurs]: [Sotsialnaya set]. Rejim Dostupa: Https://Инстаграм.com
Facebook [Elektronnıy resurs]: [Sotsialnaya set]. Rejim Dostupa: Https://Ru-Ru.Facebook.Com
Odnoklasniki [Elektronnıy resurs]: [Sotsialnaya set]. Rejim Dostupa: Https://Одноклассники.Com

EXTENDED ABSTRACT

At the end of the 20th century and the beginning of the 21st century, the use of computers and the internet becomes widespread in almost every home and workplace, the post-2000s visual media society and new forms and standards for communication take shape. The decisive role of the Internet in human communication allows linguists to focus on the verbal and non-verbal characteristics of digital texts. Hypertext is a virtual, digital form of data that links (hyperlinks) to other text and non-textual elements such as images, visuals, videos, music, animations or other resources. Hypertext is a modern digital didactic tool with functions such as organizing, managing, communicating, transferring knowledge. The quantitative relationship, in which big meanings are expressed in big formal expressions, is replaced by the principle of extrapolation, the process of creating new data points from known data points. In narrative and thematic flow, space-time limitation, finite and closed physical environment representation is replaced by unlimited time-space development. Traditional structure and paragraphing use asymmetrical, disparate forms of structure instead of the principle of symmetry. When the studies of scientists on the subject are examined, it is seen that the concept of hypertext connectivity, dialogicity (information embedded in the text requires a response from the reader), virtuality, multi-media environment (audio, video, photo), incomplete / open-ended, non-linear, random or selectable information sequencing / creation of different linear texts, interactive (active, dynamic-interactive), synchronous / asynchronous communicativeness, short pieces / fragments, discontinuity / lack of continuity, As a result of the change in the author-reader relationship and the blurring of their roles, it can be said that it is a text type defined by features such as post-modern structure, iconicity (symbolic, #, @), "montage" by sequencing words to show the combination of ideas in a context, immanence (explanation of the internal meanings of words), multiple perspectives, accessibility, technological modification of the printed text. This new form of text is referred to as "online literature",

"network literature", "electronic-janr", "internet-janr", "virtual genre", "digital genre", "computer-mediated communication genre", "network genre", "network discourse genre", "genre 2.0", "hypergenre", etc. Russian linguists develop various discourses of hypertext (гипертекст) as "hypertext nest", "hypertext node", "texton", "text block", "hypotext", "fragment and information unit". As a kind of hypertext, hashtag includes actions such as classification, categorization, association of related content, influence, reaction, response, respect, remembering. The hashtag, which turns into a link when searched or clicked on, provides access to all the content tagged on the topic, making it possible to search and find ideas. A motto, slogan, poem, simply a situation, emotion, mood, feelings that need to be communicated through design, a series of qualitative adjectives are among the categories that can be hashtagged. It should be short, meaningful, easy to remember, understandable, and should not contain large semantic gaps between consecutive hashtags. A hashtag tagging a visual post is still a "linguistic activity". In this context, the hashtags containing the word Soviet were compiled by typing the frequency of use and the hashtag words they were used together by typing them into the search button from local social media accounts, especially Instagram, Facebook and Odnoklasniki, which is widely used in Russia. Thematic hashtags about the Soviet Union and their formal structures are analyzed. It is tried to reveal the context in which Soviet-themed hashtags are used and how the historical phenomenon that affected Russian society almost 100 years ago is conveyed in today's popular tools. In the study, 100 posts are identified by simple sampling method. The analyzed data were obtained from hashtag posts containing keywords related to the word Soviet, using a deductive approach. Samples were selected from a) posts with at least 3 hashtags, b) posts with high number of likes and comments, and c) accounts with high number of followers. In all social media platforms included in the analysis, the frequency of use of the abbreviation of the Union of Soviet Socialist Republics as USSR stands out. In the use of hashtags in the form of phrases, references to the past such as "back to the past", "back to childhood", "my youth", and nostalgia are frequently emphasized. Factual facts of the past, history, historical phenomena such as the history of Leningrad, the history of Russians, history lessons, history on faces, historical signs, heavy signs are mentioned. In addition, details of Russian daily life are shared, labels evoking home, family, woman, mother, wife, everyday pursuits such as USSR porcelain, Soviet porcelain, porcelain vessels; USSR enamel, enameled vessels, hot enamel or Soviet crystals are observed. Soviet phenomena and developments on the street outside the home are also seen in hashtags. It can be said that hashtags in the form of sentences are less preferred than other words and phrases.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Göçebe Kültür ve Dijital Bağlantılar: Yörükler Arasında Sosyal Medya Kullanımı

Özcan PALAVAN[1], Bilge GÜLTEKİN[2]

Öz

Bu çalışma, Yörüklerin sosyal-medya kullanımını ve bu kullanımın toplumsal ve kültürel dinamikler üzerindeki etkilerini ele almaktadır. Yörükler, geleneksel göçebe yaşam tarzlarını sürdürürken sosyal medya platformlarını aile bağlarını güçlendirme, kültürel kimliklerini ifade etme, eğlence ve ekonomik kazanç sağlama gibi çeşitli amaçlarla kullanmaktadır. Araştırma, yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla elde edilen verilerin tematik analizine dayanmakta ve bu kapsamda sosyal medyanın farklı yönlerini ortaya koymaktadır. Bulgular, Yörüklerin özellikle aile bağlarını güçlendirmek için sosyal medyayı aktif olarak kullandığını göstermektedir; örneğin, aile üyelerinin fotoğraf paylaşımları ve iletişimleri ön plandadır. Ayrıca, Yörükler sosyal-medya aracılığıyla kendi yaşamlarını ve köy hayatlarını tanıtarak kültürel kimliklerini ifade etmektedir. Eğlence amacıyla sosyal medya platformlarında vakit geçirmenin yanı sıra, video izlemek ve günlük streslerden uzaklaşmak gibi faaliyetler de öne çıkmaktadır. Sosyal medya kullanımı, günlük yaşamla iç içe geçmiş bir haldedir; özellikle çiftçilik gibi faaliyetlere entegre bir şekilde kullanılmaktadır. Olumlu etkiler arasında sosyal bağların güçlenmesi ve manevi destek sağlanması yer alırken, olumsuz etkiler ise zaman kaybı, iş aksaklıkları ve sosyal-medyanın kötüye kullanımıdır. Genç nesillerin sosyal-medyayı daha yoğun kullanması, dijital teknolojilere erişimde kuşak farklarını ve dijital ayrımı ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, çalışma, Yörüklerin sosyal-medya kullanımının toplumsal yapılarını nasıl dönüştürdüğünü, kültürel kimliklerini nasıl etkilediğini ve dijitalleşmenin kırsal topluluklar üzerindeki etkilerini anlamak için değerli veriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yörükler, Sosyal medya, Aile bağları, Kültürel kimlik, Dijital ayrım

Nomadic Culture and Digital Connections: Social Media Use Among The Yörük

Abstract

This study examines the use of social media by Yörüks and its impact on social and cultural dynamics. While maintaining their traditional nomadic lifestyle, Yörüks utilize social media platforms for various purposes, such as strengthening family bonds, expressing cultural identity, entertainment, and generating economic income. The research is based on a thematic analysis of data collected through semi-structured interviews, revealing different aspects of social media usage. Findings indicate that Yörüks actively use social media to strengthen family ties, with family photo sharing and communication being prominent. Additionally, Yörüks express their cultural identity by showcasing their lives and village lifestyles through social media. Apart from spending time on social media for entertainment, activities like watching videos and relieving daily stress are also highlighted. Social media usage has become intertwined with daily life, particularly integrated into activities like farming. The positive effects include enhanced social connections and emotional support, while negative effects consist of time wastage, work disruptions, and misuse of social media. The more intensive use of social media by younger generations highlights generational differences and digital divides in access to technology. In conclusion, the study provides valuable data to understand how the social-media use of Yörüks transforms their social structures, affects their cultural identities, and the effects of digitalization on rural communities.

Keywords: Yörük people, Social media, Family ties, Cultural identity, Digital divide

Atıf İçin / Please Cite As:

Palavan, Ö. ve Gültekin, B. (2025). Göçebe kültür ve dijital bağlantılar: Yörükler arasında sosyal medya kullanımı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1157-1170. doi:10.33206/mjss.1604088

Geliş Tarihi / Received Date: 19.12.2024 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 07.04.2025

[1] Doç. Dr. – Lefke Avrupa Üniversitesi, Dr. Fazıl Küçük Eğitim Fakültesi, opalavan@eul.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-5830-0212
[2] Öğretmen. –kurum bilgisi yok, gultekinbilge123@gmail.com,
ORCID: 0009-0005-6573-7470

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Sosyal medya, küresel ölçekte bireylerin sosyal etkileşimlerini, bilgi paylaşımını ve toplumsal ilişkilerini dönüştüren güçlü bir araç olarak kabul edilmektedir. Twitter, Facebook, Google, LinkedIn gibi platformları içeren geniş bir dijital ağlar bütünü olan sosyal medya, 21. yüzyılın ilk çeyreğinde büyük bir etki yaratmıştır. Yalnızca iletişim ve haberleşme alanında değil, aynı zamanda markalaşma, pazarlama, siyasi karar alma süreçleri ve ekonomik düzenlemeler gibi birçok alanda da güçlü bir uygulama alanı bulmuştur. Sosyal medya, etkisini hızla yayarak toplumun hemen her kesiminde önemli bir yer edinmiştir ve günümüz dünyasında vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir (Kartal, 2013). Teknolojik gelişmeler, özellikle internetin yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya platformları, giderek daha fazla bireyin günlük yaşamının bir parçası haline gelmiştir (Kaplan & Haenlein, 2010).

Bu yaygın etkisi yalnızca kentli toplumlarla sınırlı kalmamış, aynı zamanda kırsal topluluklar üzerinde de belirgin etkiler yaratmıştır. Dijital teknolojilerin ve sosyal medya platformlarının kırsal bölgelerdeki sosyal yapıyı nasıl şekillendirdiği üzerine yapılan araştırmalar, bu etkilerin kapsamını gözler önüne sermektedir. Özellikle kırsal topluluklarda sosyal medya kullanımı, topluluk katılımını artırmakta ve sosyal bağları güçlendirmektedir (Solmaz & Görkemli, 2012). Ayrıca, dijital teknolojilerin benimsenmesi, kırsal kalkınmayı destekleyerek bu bölgelerde ekonomik ve sosyal dönüşümleri tetiklemektedir (Turkyılmaz, 2024).

Bu dönüşümler, yalnızca modern toplumlarda değil, aynı zamanda geleneksel yaşam tarzına sahip kırsal topluluklarda da gözlenmektedir. Özellikle göçebe veya yarı göçebe yaşam biçimlerine sahip topluluklarda, dijital teknolojilerin etkisi, kültürel normları ve sosyal ilişkileri yeniden şekillendirmektedir. Bu bağlamda, Yörükler gibi geleneksel yaşam tarzını korumaya çalışan topluluklarda dijitalleşmenin etkisini anlamak, sosyal medyanın sadece kentli toplumlar değil, aynı zamanda kırsal ve geleneksel toplumlar üzerinde de önemli etkiler yarattığını göstermektedir (Miller et al., 2016).

Bu doğrultuda, Yörükler gibi geleneksel yaşam tarzını sürdüren toplulukların sosyal medya ve dijital teknolojilere adaptasyon süreçleri, sosyal ve kültürel değişimlerin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır. Özellikle internetin yaygınlaşması, Yörüklerin sosyal ve kültürel değerlerinin nasıl biçimlendiğini anlamak için önemli veriler sunmaktadır. Yörük kelimesinin, "yürümek" fiilinden türediği ve "konar-göçer Anadolu halkını" tanımlayan bir terim olarak kabul edildiği belirtilmektedir (Eröz, 1991, Sümer, 1999). Geleneksel yaşam tarzlarını korumaya çalışan bu topluluklar, dijitalleşmenin etkisiyle kültürel kimliklerini yeniden tanımlamaktadır (Öztürk & İnal, 2015).

Sosyal medya, özellikle geleneksel toplumlarda bir iletişim aracından daha fazlası haline gelmiştir. Sosyal ağlar, bireylerin kültürel kimliklerini ifade etmeleri, sosyal bağlarını güçlendirmeleri ve kişisel ifadelerini dile getirmeleri için önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medyanın psikolojik etkileri, bireylerin kimlik gelişiminden sosyal bağlantılara, özsaygıdan ruh sağlığına kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Yörükler gibi topluluklar, sosyal medya sayesinde yalnızca aile içi iletişimi güçlendirmekle kalmaz, aynı zamanda geleneksel değerlerini dış dünyaya tanıtma fırsatı bulurlar. Ancak, sosyal medyanın bu platformlarda bireyler üzerindeki etkileri, hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle ele alınmalıdır.

Kavramsal Çerçeve

Sosyal Medyanın Psikolojik Etkileri ve Yörük Topluluklarında Dijital Dönüşüm: Sosyal medya, bireylerin kimliklerini şekillendirmelerine olanak tanır ve bu durum, özellikle Yörükler gibi kırsal ve geleneksel toplumlarda önemli psikolojik etkiler yaratabilir. Yörükler, sosyal medya aracılığıyla kendi kültürel kimliklerini daha geniş bir kitleye sunabilmekte ve bu platformları, toplumsal normları yeniden şekillendirmek ve modern dünyada kendilerini ifade etmek için kullanmaktadırlar (Boyd & Ellison, 2007).

Sosyal medya, bireylerin kendilerini ifade etme ve kimliklerini yeniden inşa etme sürecinde kritik bir rol oynar. Dijital platformlar, Yörükler gibi göçebe topluluklara kültürel miraslarını yayma fırsatı sunarken, aynı zamanda modern dünyaya entegrasyon sürecini de hızlandırabilir (Castells, 2010). Ancak, bireylerin sosyal medyada "idealize edilmiş" bir kimlik sunma eğilimleri, gerçek yaşamla uyumsuzluk hissi yaratarak kimlik karmaşasına yol açabilir (Vasalou et al., 2008). Ayrıca, sosyal medyanın aşırı kullanımı, zaman kaybı, iş aksaklıkları ve bireyler arasında kıyaslamalarla psikolojik strese yol açabilmektedir (Kaplan & Haenlein, 2010).

Sosyal Bağlantılar ve Ruh Sağlığı: Sosyal medya, kırsal ve göçebe topluluklarda sosyal bağlantıları güçlendiren bir araç olarak öne çıkmaktadır. Yörükler gibi topluluklar, sosyal medya sayesinde yalnızca aile içi iletişimi güçlendirmekle kalmaz, aynı zamanda uzak akrabalar ve arkadaşlarla da kolayca iletişim kurabilmektedirler. Bu durum, bireylerin yalnızlık hissini azaltırken, sosyal bağlılıklarını güçlendirmekte ve ruh sağlıklarını olumlu yönde etkilemektedir (Gordon & Dutton, 2021). Sosyal medyanın sağladığı dijital destek, kırsal topluluklarda, coğrafi uzaklık nedeniyle genellikle zayıf olan sosyal etkileşimleri canlandırarak bireylerin psikolojik iyilik halini artırmaktadır. Bu durum, bireylerin yalnızlık hissini azaltırken, sosyal bağlılıklarını güçlendirmekte ve ruh sağlıklarını olumlu yönde etkilemektedir (Twenge et al., 2018).

Dijital Ayrım ve Psikolojik Etkiler: Birleşmiş Milletler'in verilerine göre, dünya nüfusu 8,20 milyara ulaşmış durumdadır ve önceki yıla göre 70 milyon artış göstermiştir. Küresel nüfusun %58,1'i, yani yaklaşık 4,8 milyar insan, şehir merkezlerinde yaşamlarını sürdürürken, 3,4 milyar insan kırsal alanlarda yaşamlarını sürdürmektedir. Dünya çapında 5,78 milyar cep telefonu kullanıcısı bulunmaktadır. Akıllı telefonlar ise mobil cihazların %87'sini oluşturmaktadır. Ancak, dijital erişimde büyük farklılıklar söz konusudur. 2025 yılının başında, 5,56 milyar kişi internet kullanıcısı olmasına rağmen, 2,63 milyar kişi hala çevrimdışıdır (We Are Social,2025) Buradan hareketle günümüzde dijital bir dönüşüm yaşanmaktadır. Bundan uzak kalmak bir sorun olarak görülebilir. Kırsal alanlarda, altyapı ve internet bağlantısı gibi teknik konulardaki eksiklikler, dijital hizmetlere erişimi zorlaştırabilmektedir. Bu durum bir dijital eşitsizlik olarak değerlendirilmektedir(Uslu, 2023) Kırsal yerlerde nüfusun dağınık olmasından dolayı dijital teknoloji için gerekli alt yapı yeterli düzeyde sağlanmamakta ve burada yaşayan vatandaşların dijital hizmetlere erişim yetersiz kalmaktadır (Senturk, 2021: 156).

Dijital dönüşüm süreci, yalnızca dijital araçların kullanımını içermekle kalmamalı, aynı zamanda bireylerin zihinsel dönüşümünü de kapsamalıdır (Bozkurt vd., 2021). Bununla birlikte, dijitalleşmenin dijital bağımlılık ve dijital bölünme gibi olumsuz sonuçlar doğurabileceği göz ardı edilmemelidir. Göçebe toplumlar, tarih boyunca değişen koşullara ve yeniliklere sürekli uyum sağlamak durumunda kalmıştır. Benzer şekilde, dijital dönüşüm sürecinde de teknoloji ve bilginin dinamik bir şekilde, çevresel etkileşimle kullanılması ve değişime adapte olunması gerekmektedir. Bu bağlamda, hem bireylerin zihinsel dönüşümünü hem de teknolojiye dayalı süreçlerin uyumlu bir şekilde ilerlemesini sağlamak önem arz etmektedir.

Dijitalleşmenin insan merkezli olması gerektiği unutulmamalıdır. Özellikle internet erişimi kısıtlı topluluklarda, bireylerin sosyal medyaya ulaşım konusunda yaşadığı zorluklar, dijital dünyanın sunduğu psikolojik faydalardan mahrum kalmalarına neden olabilir. Bu durum, dışlanmışlık hissi ve yalnızlık gibi olumsuz duyguları tetikleyebilir. Öte yandan, dijitalleşme süreçlerine başarılı bir şekilde uyum sağlayan topluluklarda sosyal medya, yalnızca bir iletişim aracı olmanın ötesine geçerek bireylerin ruh sağlığını destekleyen önemli bir mecra haline gelmektedir (Gordon & Dutton, 2021).

Bu çalışma, Yörüklerin sosyal medya kullanımının toplumsal ve kültürel dinamikler üzerindeki etkilerini incelemiştir. Sosyal medya, Yörüklerin sosyal bağlarını güçlendirme, kültürel kimliklerini ifade etme ve psikolojik iyilik halleri üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. Ancak, sosyal medya kullanımının aşırıya kaçması, zaman kaybı ve iş aksaklıkları gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Dijitalleşme süreçleri, yalnızca kırsal alanlarda değil, aynı zamanda kültürel kimlik ve psikolojik süreçler üzerinde de belirgin etkiler yaratmaktadır.

Yöntem

Bu araştırma, Yörüklerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve bu kullanımın yaşamlarına olan etkilerini anlamak amacıyla nitel bir araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel araştırma yöntemi, sosyal medyanın Yörük toplumu üzerindeki etkilerini anlamada zengin ve kapsamlı bilgiler sunabilecek bir yöntemdir (Creswell & Poth, 2018). Model, veri toplama ve analiz yöntemleri detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

Araştırma Tasarımı

Bu çalışma, nitel desende fenomenolojik araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Fenomenoloji, bireylerin yaşadıkları deneyimleri ve bu deneyimlerin anlamlarını derinlemesine incelemeyi amaçlayan nitel bir araştırma yaklaşımıdır (Creswell, 2013). Çalışmada, Yörük bireylerin sosyal medya deneyimlerini anlamak ve dijitalleşme süreçlerinin kimlik inşası üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacıyla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

Katılımcılar

Araştırma kapsamında, maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi kullanılarak farklı yaş, cinsiyet ve sosyal medya kullanım düzeyine sahip 11 Yörük birey seçilmiştir (Merriam & Tisdell, 2016). Görüşmeler, yüz yüze veya çevrimiçi platformlar aracılığıyla gerçekleştirilmiş ve her bir görüşme ortalama 45-60 dakika sürmüştür.

Veri Toplama Yöntemleri

Veri toplama süreci, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, katılımcıların sosyal medya kullanım motivasyonlarını, kullanım alışkanlıklarını, sosyal medyanın kişisel ve toplumsal rollerini nasıl etkilediğini anlamaya yönelik açık uçlu sorular içermektedir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, esneklik sağlayarak katılımcıların kendi deneyimlerini detaylı biçimde anlatmalarına olanak tanımaktadır (DiCicco-Bloom & Crabtree, 2006).

Tüm görüşmeler ses kayıt cihazıyla kaydedilmiş ve ardından kelimesi kelimesine transkribe edilmiştir. Bu süreç sonucunda, toplamda on altı sayfalık yazılı materyal elde edilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler, nitel analiz teknikleri kullanılarak sistematik bir şekilde çözümlenmiştir.

Veri Analizi

Toplanan verilerin analizinde tematik analiz yöntemi kullanılmıştır (Braun & Clarke, 2006). Transkriptler, içerik analizi tekniğiyle incelenmiş, anlamlı kategoriler oluşturulmuş ve ortak temalar belirlenmiştir. İçerik analizi, metinleri belirli kurallar çerçevesinde kodlayarak, nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bulgulara ulaşmayı sağlayan bir nitel araştırma yöntemidir (Krippendorff, 2018).

Bu çalışmada, tematik analiz süreci beş aşamadan oluşmuştur:

1. Verilere aşinalık kazanma (transkriptlerin tekrar tekrar okunması),
2. İlk kodların oluşturulması (verilerin sistematik şekilde kodlanması),
3. Temaların belirlenmesi (benzer kodların bir araya getirilerek anlamlı temalara dönüştürülmesi),
4. Temaların gözden geçirilmesi ve doğrulanması (farklı kodlayıcılar tarafından incelenerek güvenilirlik sağlanması),
5. Raporlaştırma (temaların açıklanması ve araştırma sorularıyla ilişkilendirilmesi) (Braun & Clarke, 2019).

Araştırma sürecinde etik ilkeler gözetilmiş, tüm katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmış ve gizlilikleri korunmuştur. Elde edilen bulgular, Yörük bireylerin sosyal medya kullanımının kimlik inşası, kültürel devamlılık ve dijital uyum çerçevesinde nasıl şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Güvenirlik ve Geçerlik

Araştırmanın kalitesini artırmak için çeşitli stratejilerle sağlanmıştır. Araştırma bulgularının geçerliliğini artırmak amacıyla üçgenleme (triangulation) yöntemi kullanılmıştır. Verilerin doğruluğunu test etmek için katılımcı doğrulaması (member checking) yöntemi uygulanmış, yani bulgular doğrudan katılımcılarla paylaşılmış ve doğrulama yapılmıştır (Lincoln & Guba, 1985).

Güvenirliği sağlamak amacıyla kodlayıcılar arası güvenilirlik ölçütü dikkate alınmış ve farklı araştırmacılar tarafından analiz edilen veriler karşılaştırılmıştır (Miles et al., 2014). Bu çerçevede .92 güvenirlik elde edilmiştir. Katılımcı ifadelerinden doğrudan alıntılar yapılarak elde edilen bulgular desteklenmiş ve çalışmanın şeffaflığı artırılmıştır (Creswell, 2014).

Guba ve Lincoln (1982), nitel araştırmalarda geçerliliğin sağlanması için dört temel ölçüt sunmuştur:

- İnandırıcılık (credibility): Araştırma bulgularının doğruluğunu artırmak amacıyla katılımcı doğrulaması yapılmıştır.
- Güvenilirlik (dependability): Kodlama süreci sistematik bir biçimde kaydedilmiş ve analiz edilmiştir.
- Onaylanabilirlik (confirmability): Araştırmacı öznelliğini minimize etmek için veriler açık ve sistematik bir şekilde sunulmuştur.
- Aktarılabilirlik (transferability): Bulguların benzer bağlamlara uygulanabilirliği tartışılmıştır (Guba, 1981; Lincoln & Guba, 1985; Merriam, 2009; Miles vd., 2014).

Bulgular

Yörüklerin sosyal ağlar konusundaki düşünceleri ve sosyal ağları kullanma alışkanlıklarını öğrenmek için yapılan görüşmelerde sorulara verdikleri cevaplar incelenerek sosyal medyanın hayatlarına nasıl etki ettiği ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede oluşan temalar ve kategoriler şu şekildedir:

Temalar ve Kategoriler
1. Sosyal Ağların Kullanım Amacı
Aile ve Sosyal Bağlar
Kişisel Paylaşımlar ve İfade
Eğlence ve Boş Zaman Aktiviteleri
2. Sosyal Ağlarda Geçirilen Zaman
Yoğun Kullanım
Düşük ve Sınırlı Kullanım
3. Sosyal Ağların Etkileri
A. Olumlu Etkiler
Sosyal Bağlantılar ve Destek
Maddi Kazanç
B. Olumsuz Etkiler
Zaman ve İş Aksaklığı
Sosyal Ağların Zararlı Kullanımı
4. Sosyal Ağların Kişisel ve Toplumsal Rolü
Günlük Hayatın Bir Parçası Olarak Sosyal Medya
Yeni Nesillerin Yoğun Kullanımı

1. Sosyal Ağların Kullanım Amacı

- **Aile ve Sosyal Bağlar**

Yörükler, sosyal ağları genellikle aile bağlarını güçlendirmek ve sosyal bağlantılar kurmak için kullanmaktadırlar. Dijital iletişim araçları, fiziksel mesafelere rağmen aile bireyleri arasındaki bağı korumakta ve sosyal bütünleşmeyi desteklemektedir (Wellman & Haythornthwaite, 2002). Özellikle WhatsApp gibi mesajlaşma uygulamaları ve sosyal medya platformları, görsel ve yazılı içerikler aracılığıyla aile bireylerinin birbirleriyle sürekli etkileşimde kalmalarını sağlamaktadır:

K(2): "Oralardan torunlarımın filan fotoğrafını görüyorum."

Bu ifade ile kişi, sosyal medyanın görsel paylaşım aracılığıyla aile üyelerinin birbirlerinin günlük yaşamlarına dahil olmasına nasıl yardımcı olduğunu göstermektedir. Dijital platformlar, fiziksel mesafeye rağmen duygusal bağları sürdürebilme imkanı tanımaktadır (Hampton et al., 2011).

K(4): "Kim ne yapmış görüyorum."

Kişi, sosyal medyanın bireyler için bir sosyal gözetim aracı olarak nasıl işlev gördüğünü ifadesi ile ortaya koymaktadır. Sosyal medya platformları, bireylerin çevrelerindeki gelişmeleri takip etmelerine olanak tanıyarak toplumsal farkındalığı artırmaktadır (Ellison et al., 2007).

K(8): "Whatsapp'tan mesajlaşmak."

Bu söylem, sosyal medya ve anlık mesajlaşma uygulamalarının bireyler arasındaki iletişimi nasıl kolaylaştırdığını göstermektedir. Sosyal medya, yüz yüze iletişimin eksikliğini gidermeye yardımcı olurken, bireyler arasındaki sosyal bağları sürdürme açısından da önemli bir araç olarak işlev görmektedir (Ling, 2008).

Bu bulgular, Yörüklerin sosyal medyayı nasıl kullandıklarını ve bu platformların sosyal etkileşimler üzerindeki etkisini göstermektedir. Sosyal medya, sadece bireylerin güncel olayları takip etmelerine değil, aynı zamanda sosyal çevreleriyle sürekli iletişim halinde olmalarına da olanak tanımaktadır.

- **Kişisel Paylaşımlar ve İfade**

Yörükler, kendi yaşamlarını ve köy hayatını sosyal medyada paylaşarak hem kendilerini ifade ediyor hem de diğer insanlara bilgi veriyorlar. Kültürün temel unsurlarının ne olduğu ve nasıl bir şekilde korunup yaşatılması gerektiği konusunda halkı bilgilendirmek, medya aracılığıyla mümkün hale gelmektedir. Medya, yalnızca bilgi aktarmakla kalmaz, aynı zamanda kültürel değerlerin toplumda yerleşmesi ve nesilden nesile aktarılmasında kritik bir rol oynar. Bu bağlamda, medya kültürün yayılması, çeşitlenmesi ve değişimi için güçlü bir araç haline gelir diyebiliriz. Çünkü insanların kültürel mirasa sahip çıkabilmesi, ancak onu doğru ve etkili bir biçimde tanımalarıyla mümkündür(Vardarlıer&Zafer,2019). Bu, sosyal medyanın bireylerin kültürel ve kişisel kimliklerini dışa vurma ve tanıtma aracı olarak işlev gördüğünü ortaya koyuyor:

K(7): "Kendi yörük hayatımı orda da paylaştığım için benim açımdan oldukça iyi."

Bu görüş, bireyin sosyal medya aracılığıyla kimliğini görünür kılma ve topluma aktarma sürecini nasıl deneyimlediğini göstermektedir. Dijital platformlar, bireyin kendisini ifade etmesine ve kültürel mirasını tanıtmasına katkı sağlamaktadır (Jenkins, 2006).

K(9): "Yaptığım işleri insanlarla paylaşıp köy hayatını göstererek insanlara bilgiler verebiliyorum."

Birey, sosyal medya aracılığıyla kırsal yaşam hakkında farkındalık yaratmakta ve topluma bilgi sunmaktadır. Kültürel değerlerin dijital platformlar aracılığıyla korunması ve yayılması, sosyal medyanın kültürel miras üzerindeki rolünü vurgulamaktadır (Hine, 2015).

- **Eğlence ve Boş Zaman Aktiviteleri**

Sosyal medya, yalnızca bilgi ve iletişim kaynağı değil, aynı zamanda bireylerin boş zamanlarını değerlendirdikleri bir eğlence aracı olarak da kullanılmaktadır. Kullanıcılar, sosyal medya platformlarını stres atmak, eğlenceli içerikler tüketmek ve günlük hayattan uzaklaşmak amacıyla tercih etmektedirler (Shao, 2009):

K(6): "Bazen dalıp gidiyorum telefona."

Kişinin bu ifadesi, sosyal medyanın bireyleri içine çeken bir yapıya sahip olduğunu ve dikkati fazlasıyla yönlendirebildiğini göstermektedir. Sürekli içerik akışı, bireylerin zaman kavramını yitirmesine neden olabilir (Anderson & Jiang, 2018).

K(8): "Tiktok'ta video izlemek güzel."

TikTok gibi kısa video platformlarının popülerleşmesi, bireylerin kısa süreli eğlenceli içeriklere kolay erişimini sağlamaktadır. Kullanıcılar, rahatlatıcı ve keyifli içeriklere ulaşarak günlük streslerini azaltabilmektedirler (Whiting & Williams, 2013).

K(10): "Kafa dağıtmak için güzel şeyler."

Bu açıklama, sosyal medyanın bireyler için zihinsel rahatlama ve stres atma aracı olarak da işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Bireyler, sosyal medya sayesinde eğlenceli içeriklere ulaşarak psikolojik iyilik hallerini destekleyebilmektedirler (Reinecke, 2017).

.2. Sosyal Ağlarda Geçirilen Zaman

- **Yoğun Kullanım**

Sosyal ağların yoğun kullanımı, bazı Yörüklerin bu platformlara önemli bir zaman ayırdığını ortaya koymaktadır. Dijital teknolojilerin günlük yaşama entegrasyonu, bireylerin medya tüketimini artırmakta ve sosyal medya kullanım sürelerini uzatmaktadır (Anderson & Jiang, 2018).

K(6): "Günlük bi 4-5 saat geçiriyorum."

Belirtilen bu zaman dilimi , kişinin sosyal medya kullanımı konusunda farkındalık sahibi olduğunu ve bu süreyi belirli bir alışkanlık olarak değerlendirdiğini göstermektedir. Günlük ekran süresi, bireylerin dijital yaşam tarzlarını nasıl şekillendirdiğini ortaya koymaktadır (Twenge, 2018).

.K(7): "En az iki üç saat."

Burada kullanılan "en az" ifadesi, kişinin sosyal medya kullanım süresinin bazı günlerde daha fazla olabileceğini göstermektedir. Dijital medya bağımlılığı, bireylerin ekran sürelerini yönetmelerinde zorluk yaşamalarına neden olabilir (Kuss & Griffiths, 2017).

.K(9): "3 veya 4 saat."

Bu söylem, kişinin sosyal medya kullanım süresini esnek bir zaman dilimi içinde değerlendirdiğini göstermektedir. Değişken ekran süresi, sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki etkilerini anlamada önemli bir göstergedir (Andreassen et al., 2012).

- **Düşük ve Sınırlı Kullanım**

Sosyal medya kullanımının sınırlı olması, genellikle yaşlı bireyler ve zaman sıkıntısı çekenler arasında daha yaygındır. Teknolojiye erişim ve dijital okuryazarlık, sosyal medya kullanımını etkileyen faktörler arasında yer almaktadır (Van Dijk, 2020).

K(2): "Ben yaşlı olduğumdan interneti pek yapamıyorum."

Bu ifade, kişinin internet kullanımını yaşına bağlı bir sınırlılık olarak gördüğünü göstermektedir. Dijital beceri eksikliği, yaşlı bireylerin teknolojiye olan mesafesini artırabilir (Hunsaker & Hargittai, 2018).

.K(3): "İnternet kullanmadım daha da kullanmıyorum."

Kişi bu ifadesi ile, bireyin yalnızca şu ana kadar interneti kullanmadığını değil, gelecekte de kullanmayı düşünmediğini göstermektedir. Teknolojiye karşı direnç, bireylerin medya kullanım alışkanlıklarını doğrudan etkileyebilir (Selwyn, 2003).

.K(10): "İşlerden dolayı çok zaman ayıramayız, vaktimiz olursa bakarız."

Bu söylem, sosyal medyanın kişinin günlük öncelikleri arasında olmadığını göstermektedir. Dijital medya, bazı bireyler için boş zaman etkinliği olarak görülmekte ve zorunlu bir ihtiyaç olarak değerlendirilmemektedir (Baym, 2010).

3. Sosyal Ağların Etkileri

- **Olumlu Etkiler**
    - **Sosyal Bağlantılar ve Destek**

Sosyal medya, manevi destek ve sosyal bağlantılar açısından olumlu etkiler sağlayarak bireylerin aidiyet duygusunu güçlendirmektedir (Wellman & Haythornthwaite, 2002). Yörükler, sosyal medya aracılığıyla köy yaşantıları hakkında bilgi paylaşarak ve destek alarak toplumsal bağlarını kuvvetlendirmektedirler.

K(7): "Manevi olarak da köye geri dönüş hikayemde bana destek olan bir çok takipçim var, eski yaşantısını benimle tekrar hatırlayan kişiler var."

Bu ifade ile aktarılan düşünce, dijital ortamın yalnızca içerik tüketimi değil, aynı zamanda duygusal bağ ve topluluk oluşturma aracı olarak işlev gördüğünü göstermektedir (Hampton et al., 2011). Kişi, köye dönüş sürecinde takipçilerinden manevi destek görürken, onların da geçmiş yaşantılarını hatırlayarak ortak bir nostaljik paydada buluştuklarını ve toplumsal bağ kurduğunu belirtiyor. Böylece dijital ortamın yalnızca içerik tüketimi değil, aynı zamanda duygusal bağ ve topluluk oluşturma aracı olarak kullanıldığını ifade ediyor.

K(9): "Köy hayatını göstererek insanlara bilgiler verebiliyorum."

Birey, yalnızca kendi deneyimlerini paylaşmakla kalmayıp aynı zamanda geleneksel köy yaşamını tanıtmakta ve kültürel aktarım sağlamaktadır (Hine, 2015). Bu, geleneksel yaşam tarzlarının köy yaşamının dijital mecralar aracılığıyla aktarılabileceğini gösteriyor.

- **Maddi Kazanç**

Sosyal medya üzerinden yapılan satışlar ve reklamlar, Yörükler için maddi kazanç sağlamada önemli bir rol oynuyor. Bu durum sosyal medyanın bireylere ekonomik fırsatlar sunarak girişimcilik ve gelir sağlama açısından yeni kapılar açtığının göstergesidir (Baym, 2010).

K(7): "Maddi olarak sosyal ağlar üzerinden satışlar ve reklamlar alıyorum."

Kişinin bu ifadesi, sosyal medyanın sadece içerik paylaşımı için değil, aynı zamanda ekonomik kazanç sağlamak için de kullanıldığını ortaya koymaktadır (Shao, 2009).

- **Olumsuz Etkiler**
  - **Zaman ve İş Aksaklığı**

Sosyal medyanın aşırı kullanımı zaman yönetimini olumsuz etkileyebilir ve günlük sorumlulukların aksamasına neden olabilir (Reinecke, 2017). İşlerin aksaması ve zaman kaybı gibi sorunlar, sosyal medya kullanımının dikkatli yönetilmesi gerektiğini ortaya koyuyor:

K(4): "Bazen telefona daldığımda işimi aksattığım oluyor."

Kişinin "Telefona dalmak" ifadesi, farkında olmadan uzun süre telefon kullanmak ve bu yüzden işlerini geciktirmek anlamına geliyor. Bu, bilinçsiz veya aşırı kullanımın bir göstergesi olabilir.

K(6): "Annem kızıyor çünkü işleri bu yüzden yapmadığım oluyor."

Dijital medya kullanımı, bireylerin sorumluluklarını yerine getirme sürecinde engel oluşturabilir (Andreassen et al., 2012). Kişinin telefon kullanımına annesinden gelen eleştiri, durumun çevresel bir problem haline geldiğini gösterirken, "bu yüzden yapmadığım oluyor" ifadesi de telefonun zaman zaman kişinin sorumluluklarını tamamen yerine getirmemesine neden olduğunu ortaya koyuyor.

  - **Sosyal Ağların Zararlı Kullanımı**

Sosyal ağların kötüye kullanımı, kullanıcılar arasında bazı olumsuz etkiler yaratabiliyor. Sosyal ağların kötüye kullanımı, bireyler ve toplum üzerinde önemli olumsuz etkilere yol açmaktadır. Siber zorbalık, kişisel bilgilerin izinsiz ifşa edilmesi ve mahremiyet ihlalleri gibi unsurlar bireylerin psikolojik sağlığını olumsuz etkileyebilir (Circello, 2013). Yanıltıcı ve sahte haberlerin yayılması, özellikle toplumda bilgi kirliliğine ve kutuplaşmaya neden olarak ciddi bir tehdit oluşturmaktadır (Mohd Shuraddin & Abd Latiff, 2022). Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin akademik ve profesyonel başarılarını olumsuz yönde etkileyerek zaman yönetimi sorunlarına yol açabilmektedir (Alkaabi & Redmond, 2021). Ayrıca, sosyal medyanın nefret söylemi, ayrımcılık ve radikalleşmeye zemin hazırladığı, toplumda huzursuzluk yaratarak bireyler arasındaki hoşgörüyü azalttığı da belirtilmektedir (Fisher, 2013). Tüm bu riskler göz önüne alındığında, sosyal medyanın bilinçli ve sorumlu bir şekilde kullanılması, hem bireysel hem de toplumsal açıdan büyük önem taşımaktadır (Zhang & Rau, 2021). Bu, sosyal medyanın hem olumlu hem de olumsuz etkilerini dengelemek için bilinçli ve sorumlu kullanımın önemini vurguluyor.

K(10): "Haberdar olma yönünden iyi olsa da kötü amaçla kullananlara karşı da kötü olabilir."

Kişi, internetin haber alma, günceli takip etme ve bilgiye ulaşma açısından olumlu bir araç olduğunu kabul ediyor. Bu, internetin sağladığı hızlı ve kolay erişilebilir bilgi akışının değerli bulunduğunu gösteriyor. Aynı zamanda, internetin kötü niyetli kişiler tarafından kullanılabileceği ve zarar verme potansiyeli taşıdığı ifade ediliyor.

4. Sosyal Ağların Kişisel ve Toplumsal Rolü

- **Günlük Hayatın Bir Parçası Olarak Sosyal Medya**

Sosyal medya, Yörüklerin günlük hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Çiftçilik ve diğer günlük faaliyetlerle entegre bir şekilde kullanılan sosyal medya, geleneksel yaşam biçimi ile dijital dünyanın iç içe geçtiğini göstermektedir (Baym, 2010).

K(4): "Bazen koyuna gittiğimde koyunun yanında bakarım."

Bu bulgu, bireyin geleneksel tarım ve hayvancılık faaliyetleriyle uğraşırken sosyal medyayı nasıl entegre ettiğini göstermektedir. Dijital araçlar, kırsal yaşamın bir uzantısı olarak işlev görmekte ve bireylerin gündelik işlerini sürdürürken sosyal ağları takip etmesine olanak tanımaktadır (Hampton et al., 2011).

K(6): "Malların yanına varırım orda bakarım zaman geçmediği zaman."

Bu sözlü yanıt, sosyal medyanın boş zamanları değerlendirmek için kullanılan bir araç olarak görüldüğünü göstermektedir. Birey, zamanın yavaş aktığı anlarda sosyal medyaya yönelerek dijital dünyayla bağlantı kurmaktadır (Whiting & Williams, 2013).

- **Yeni Nesillerin Yoğun Kullanımı**

Sosyal medya, özellikle genç nesiller arasında yaygın olarak kullanılmaktadır. Dijital teknolojilerin farklı yaş grupları arasındaki kullanım farklılıkları, nesiller arası dijital ayrımı da ortaya koymaktadır (Selwyn, 2009).

K(5): "Facebook, İnstagram filan eşim ve çocuklarım kullanıyor. Daha çok yeni nesiller kullanıyor."

Söz konusu tespit, sosyal medyanın yaş gruplarına göre farklı şekilde benimsendiğini ve gençlerin bu platformları daha yoğun bir şekilde kullandığını göstermektedir. Dijital teknolojilerin kullanım alışkanlıkları, yaşa bağlı olarak değişim göstermektedir (Livingstone & Helsper, 2007).

Bu temalar ve kategoriler, Yörüklerin sosyal ağları nasıl kullandıklarını, bu ağların hayatlarına olan etkilerini ve kullanım şekillerini detaylandırarak incelemektedir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Yörüklerin sosyal medya kullanımına yönelik bulgular, genel toplumdaki sosyal medya kullanım eğilimleriyle bazı açılardan örtüşmektedir. Bununla birlikte, Yörük kültürüne özgü bazı belirgin farklılıklar da göze çarpmaktadır. Bu tartışma bölümünde, bulgular diğer bilimsel çalışmalarla karşılaştırılarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışma, Yörüklerin sosyal medya kullanımının toplumsal ve kültürel dinamikler üzerindeki etkilerini incelemiştir. Sosyal medya, Yörüklerin sosyal bağlarını güçlendirme, kültürel kimliklerini ifade etme ve psikolojik iyilik halleri üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. Ancak, sosyal medya kullanımının aşırıya kaçması, zaman kaybı ve iş aksaklıkları gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Dijitalleşme süreçleri yalnızca kırsal alanlarda değil, aynı zamanda kültürel kimlik ve psikolojik süreçler üzerinde de belirgin etkiler yaratmaktadır (Boyd, 2014).

Sosyal Ağların Kullanım Amacı

Yörükler arasında sosyal medyanın en yaygın kullanım amaçlarından biri, aile ve sosyal bağların güçlendirilmesi olarak ortaya çıkmıştır. Yörük topluluğunda ailevi bağların önemini vurgulayan bu bulgu, genel olarak sosyal medya kullanıcıları arasında da yaygın bir durumdur. Örneğin, Manago ve ark. (2012), sosyal ağların aile bireyleri arasında iletişimi ve bağ kurma işlevini güçlendirdiğini belirtmektedir. Dijital çağda, mesafelerin büyük ölçüde ortadan kalktığı ve insanların saniyeler içinde iletişim kurabildiği görülmektedir. Teknolojinin sunduğu bu imkânlar sayesinde, dünyanın en uzak köylerinden en büyük şehirlerine kadar herkes anında iletişim kurabilmekte ve bilgiye ulaşabilmektedir. Bu durum, hem küresel bir toplumun oluşmasına hem de sosyal, kültürel ve ekonomik bağların daha da güçlenmesine olanak sağlamaktadır (Uluç & Yarcı, 2017).

Yörüklerin torunlarının fotoğraflarını görmek veya köy hayatını paylaşmak gibi kullanım amaçları, sosyal medyanın bir "aile albümü" işlevi gördüğünü göstermektedir. Araştırmadan elde edilen verilere göre, Yörükler arasında sosyal medyanın en yaygın kullanım amacı boş zaman değerlendirme ve eğlence olup, katılımcıların %27.78'i sosyal medyayı vakit geçirmek, video izlemek ve oyun oynamak için kullandığını belirtmiştir. Aile ve sosyal bağları güçlendirme amacıyla sosyal medya kullananların oranı ise %22.22 olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, katılımcıların %16.67'si sosyal medyayı iş ve gelir sağlama amacıyla kullanırken, aynı oranda (%16.67) bilgi edinme ve haberdar olma amacıyla kullananlar da mevcuttur. Sosyal medyanın dikkat dağıtıcı ve zaman kaybettirici yönleri olduğunu düşünenlerin oranı da %16.67 olarak tespit edilmiştir.

Buna ek olarak, Yörüklerin sosyal medyayı kişisel paylaşımlar ve ifade aracı olarak kullanması, bireysel kimliğin sosyal medyada nasıl inşa edildiğine dair literatürle uyumludur. Bu bağlamda, bireylerin sosyal medya aracılığı ile kendilerini ifade etme biçimleri, sahip oldukları dijital birikimleri ve kimlik unsurlarını nasıl içselleştirdikleriyle yakından ilişkilidir. Belk yaptığı çalışmalarda "bireyin amaçlı veya amaçsız bir şekilde sahip olduğu (satın aldığı) nesneleri, eşyaları bir süre sonra, genellikle farkında olmadan, kendinden bir parçaymış gibi görmeye başladığını" ortaya koymuştur. Birey kimliğinin parçası olarak gördüğü bu nesneleri, eşyaları zaman geçtikçe benliğiyle bütünleştirmeye başlamıştır. Böylece elde edilen bu yeni şekildeki benliğe

"genişletilmiş benlik" demiştir (Belk, 2016, s.130). Chen (2018), sosyal medyanın bireylerin kendi kimliklerini sergilemek ve topluluklarıyla bağlantı kurmak için kullandıkları bir platform olduğunu vurgulamaktadır. Yörüklerin, geleneksel yaşam tarzlarını ve köy hayatını paylaşarak kendi kültürel kimliklerini sosyal medyada görünür kılmaları, bu görüşlerle örtüşmektedir.

Bu veriler, sosyal medyanın Yörükler için sadece bir haberleşme aracı olmanın ötesine geçtiğini, günlük yaşamın birçok farklı alanında kendine yer edindiğini göstermektedir. Özellikle ekonomik kazanç edinme ve kültürel mirası sürdürme gibi kullanım alanlarının artması, dijitalleşmenin Yörük topluluğundaki etkisini daha da fark edilir hale getirmektedir (Tufekci, 2010).

Sosyal Ağlarda Geçirilen Zaman

Yörükler arasında sosyal medya kullanımında iki ana grup ortaya çıkmıştır: yoğun kullanıcılar ve sınırlı kullanıcılar. Bu durum, teknolojinin benimsenme hızındaki farklılıkları gösteren çalışmaları destekler niteliktedir. Rogers'ın (2003) Yeniliklerin Yayılması Teorisi'ne göre, topluluklar arasında yeniliklerin benimsenmesi farklı hızlarda gerçekleşir ve bazı gruplar teknolojiyi hızla benimserken, diğerleri daha temkinli bir yaklaşım sergiler. Yörükler arasında, iş yükü nedeniyle sosyal medyayı sınırlı kullananlar, geleneksel yaşam tarzının getirdiği pratik zorluklarla ilişkilendirilebilir.

Sosyal Ağların Etkileri

Yörükler arasında sosyal medyanın olumlu etkileri arasında sosyal bağlantıların güçlenmesi ve maddi kazançlar öne çıkmıştır. Sosyal medya üzerinden maddi kazanç sağlama, özellikle kırsal bölgelerde yaşayan ve ekonomik fırsatları sınırlı olan topluluklar için önemli bir fırsat sunmaktadır. Tufekci (2010), sosyal medyanın kullanıcıların ekonomik ve sosyal sermayesini artırma potansiyeline sahip olduğunu belirtmektedir.

Öte yandan, Yörüklerin sosyal medya kullanımında zaman yönetimi sorunları yaşaması ve sosyal ağların zararlı kullanımı konusundaki endişeleri, teknolojinin potansiyel olumsuz etkilerine dikkat çeken literatürle de örtüşmektedir. Özellikle Boyd (2014), sosyal medyanın aşırı kullanımının bireyler arasında zaman yönetimi sorunlarına yol açabileceğini ve bu durumun iş ve özel hayat dengesi üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini belirtmektedir.

Sosyal Ağların Kişisel ve Toplumsal Rolü

Son olarak, Yörüklerin sosyal medyayı günlük yaşamlarının bir parçası olarak görmeleri, teknolojinin kırsal topluluklar üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalara paraleldir. Parker ve ark. (2016), dijital teknolojilerin kırsal topluluklarda günlük yaşamın bir parçası haline geldiğini ve bu toplulukların sosyal ve ekonomik faaliyetlerini önemli ölçüde etkilediğini belirtmektedir.

Ancak, yeni nesillerin sosyal medyayı daha yoğun kullanması, teknolojinin kuşaklar arası farkları nasıl derinleştirdiğine de işaret etmektedir. Prensky (2001), dijital yerliler ve dijital göçmenler kavramlarını ortaya atarak, teknolojiyi daha doğal bir şekilde kullanan genç kuşaklar ile daha sınırlı kullanıma sahip yaşlı kuşaklar arasındaki farkı vurgulamaktadır. Yörükler arasında da benzer bir durum gözlemlenmektedir.

.Yörüklerin sosyal medya kullanımı, onların kültürel ve toplumsal dinamiklerini anlamak açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Sosyal medyanın bu topluluk üzerindeki etkileri, genel toplumdaki eğilimlerle bazı benzerlikler gösterse de, Yörüklerin kendine özgü yaşam tarzları ve değerleri, bu kullanımı farklılaştırmaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmanın bulguları, sosyal medya kullanımının kırsal topluluklardaki rolünü anlamak adına literatüre önemli katkılar sunmaktadır.

Öneriler

Bu çalışmanın bulguları, Yörüklerin sosyal medya kullanımını anlamak açısından önemli veriler sunmaktadır. Sosyal medya kullanımının kültürel ve toplumsal etkilerini daha iyi kavrayabilmek için aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

1. **Dijital Okuryazarlık Eğitimi:** Yörük topluluğunun sosyal medyayı bilinçli ve güvenli kullanabilmesi için özellikle yaşlı bireylere yönelik dijital okuryazarlık eğitimleri düzenlenmelidir.
2. **Ekonomik Fırsatların Desteklenmesi:** Sosyal medya üzerinden ticaret ve gelir sağlama yolları teşvik edilmeli, yerel girişimciler için rehberlik programları oluşturulmalıdır.
3. **Zaman Yönetimi Bilinci:** Sosyal medyanın aşırı kullanımını dengelemek için zaman yönetimi eğitimleri ve rehberlik hizmetleri sunulmalıdır.

4. **Kültürel Kimliğin Korunması:** Yörük kültürünün dijital platformlarda yaşatılması için kültürel içerikler teşvik edilmeli ve sosyal medya stratejileri geliştirilmelidir.
5. **Uzun Vadeli Araştırmalar:** Yörüklerin sosyal medya kullanımının toplumsal etkilerini daha iyi anlamak için geniş kapsamlı araştırmalar yapılmalıdır.

Bu öneriler, Yörüklerin sosyal medya kullanımını daha verimli ve dengeli bir şekilde yönetmelerine yardımcı olabilirken, aynı zamanda sosyal medyanın toplumsal ve kültürel etkilerini anlamak için önemli bir temel sağlayacaktır. Sosyal medya kullanımının topluluklar üzerindeki etkilerini daha iyi kavrayabilmek için bu tür stratejilerin uygulanması, teknolojinin toplumsal yapılar üzerindeki rolünü daha sağlıklı bir şekilde anlamamıza yardımcı olacaktır.

Etik Beyan

"Göçebe Kültür Ve Dijital Bağlantılar: Yörükler Arasında Sosyal Medya Kullanımı" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli olan etik kurul izinleri Lefke Avrupa Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 18.11.2024 tarih ve BAYEK050.15 sayılı toplantısında alınmıştır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Nomadic Culture and Digital Connections: Social Media Use Among The Yörük*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. In addition, permission was obtained from the Lefke Avrupa University Social and Humanities Sciences Ethics Committee (Date: 18/11/2024 and Decision no: BAYEK050.15) to conduct the research

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

1. Yazar %60, 2. Yazar %40 oranında katkı sağlamışlardır.

Statement of Contribution Rate of Researchers

1. Author 60%, 2. The author has contributed 40%.

Çatışma Beyanı

Araştırma ile ilgili diğer kişi veya kurumlarla yaşanabilecek çıkar çatışmaları bulunmamaktadır

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Alkaabi, S. A., & Redmond, P. (2021). Social network misuse in the classroom and its impact on male students. *The IAFOR Journal of Education, 9*(SI), 123-139. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Bernard-Montoneri/publication/357395922_The_the_iafor_journal_of_education_Special_Issue/links/61cc49deda5d105e55055f1a/The-the-iafor-journal-of-education-Special-Issue.pdf#page=123

Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew Research Center.*

Andreassen, C. S., et al. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports, 110*(2), 501-517.

Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Polity Press.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health, 11*(4), 589-597.

Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press. https://www.researchgate.net/publication/281562649_It's_Complicated_The_Social_Lives_of_Networked_Teens

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*(1), 210-230.

Bozkurt, A., Hamutoğlu, N. B., Liman Kaban, A., Taşçı, G., vd. (2021). Dijital bilgi çağı: Dijital toplum, dijital dönüşüm, dijital eğitim ve dijital yeterlilikler. *Açıköğretim Uygulamaları Ve Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 35-63. https://doi.org/10.51948/auad.911584

Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. John Wiley & Sons

Chen, G. M. (2018). The role of social media in facilitating individual self-expression and identity construction. *Journal of Media Psychology, 30*(2), 100-112. https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000216

Circello, M. G. (2013). *Influences of the Misuse of Social Media on the Evolution of Adolescent Cyberbullies*. Fisher Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications. https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2155979

DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education, 40*(4), 314-321. https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*(4), 1143-1168.

Eröz, Mehmet (1991) *Yörükler*, İstanbul: TDAV Yayınları

Fisher, E. (2013). From cyber bullying to cyber coping: The misuse of mobile technology and social media and their effects on people's lives. *International Journal of Social Media & Interactive Learning Environments, 1*(2), 153-167. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Eddie-Fisher/publication/315448160_From_Cyber_Bullying_to_Cyber_Coping_The_Misuse_of_Mobile_Technology_and_Social_Media_and_Their_Effects_on_Peoples_Lives.pdf

Gordon, E., & Dutton, W. H. (2021). *Rural technology and social change: A case study approach*. Routledge.

Günlü, A., & Uz Baş, A. (2020). Genişletilmiş Benlik Kuramı Bağlamında Nomofobi. İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 9(5), 3853-3873. https://doi.org/10.15869/itobiad.778313

Hampton, K. N., Sessions, L. F., Her, E. J., & Rainie, L. (2011). Social networking sites and our lives. *Pew Research Center*.

Hargittai, E. (2010). Digital na(t)ives? Variation in internet skills and uses among members of the 'net generation'. *Sociological Inquiry, 80*(1), 92-113. https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2009.00317.x

Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury Publishing.

Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2018). A review of Internet use among older adults. *New Media & Society, 20*(10), 3937-3954.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59-68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Kartal, M. (2013). Türkiye'de Sosyal Medya Raporu. *İletişim Ve Diplomasi* (1), 159-165. https://dergipark.org.tr/tr/pub/iletisimvediplomasi/issue/66837/104544

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE Publications.

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction. *Journal of Behavioral Addictions, 6*(2), 133-145.

Ling, R. (2008). *New tech, new ties: How mobile communication is reshaping social cohesion*. MIT Press.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications. https://books.google.com.cy/books/about/Naturalistic_Inquiry.html?id=2oA9aWlNeooC&redir_esc=y

Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society, 9*(4), 671-696.

Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2012). Self-presentation and self-development on Facebook: How self-presentation varies across types of Facebook users. *Journal of Applied Developmental Psychology, 33*(6), 241-249. https://doi.org/10.1016/j.appdev.2012.03.001

Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass. https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=2631333

Metin, I., & Ünal, A. (2022). *İçerik analizi ve nitel araştırmalarda kullanımı*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. SAGE Publications.

Miller, D., Costa, E., Haynes, N., & McDonald, T. (2016). *How the world changed social media*. UCL Press. https://uclpress.co.uk/book/how-the-world-changed-social-media/

Mohd Shuraddin, S. K., & Abd Latiff, **Z.** (2022). *The Consequences of the Misuse of Social Media as a Medium for News and Information*. Universiti Teknologi MARA Institutional Repository.

Öztürk, M., & İnal, G. (2015). The adaptation of traditional societies to modern technology: The case of Yörük communities. *Journal of Rural Studies, 42*, 224-233. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.10.001

Parker, R., Day, M., & Pithers, C. (2016). The impact of digital technology in rural communities. *Journal of Rural Studies, 45*, 180-190.

Parker, C., & Kiviniemi, M. (2016). Rural communities and the digital divide: The impact of information technology on rural areas. *Rural Sociology, 81*(3), 341-365. https://doi.org/10.1111/ruso.12112

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon, 9*(5), 1-6. https://doi.org/10.1108/10748120110424843

Reinecke, L. (2017). Media entertainment and well-being. *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being*, 34-47.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Selwyn, N. (2003). Apart from technology: Understanding people's non-use of information and communication technologies. *Technology in Society, 25*(1), 99-116.

Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research, 19*(1), 7-25.

Solmaz, B., & Görkemli, H. N. (2012). Büyükşehir Belediyeleri ve Sosyal Medya Kullanımı. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(*18*), 9-20. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/788643

Sümer, F. (1999). *Oğuzlar (Türkmenler) Tarihleri, Boy Teşkilatı, Destanları*. İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayınları.

Senturk, O. (2021), "Türkiye'de Kamu İç Denetim Faaliyetlerinin Dijital Dönüşümüne Yönelik Uygulamalar", Tıde Academıa Research, Cilt 3, Sayı: 2, s.157-186. https://doi:10.5824/Tider.2021.157.186

Tufekci, Z. (2010). Social media and the public sphere: Social media's role in generating new forms of social interaction. *Journal of Communication, 60*(1), 50-65. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01482.x

Turkyılmaz, S. (2024). Dijital dönüşüm: tarihçesi, tanımı ve işletmeler üzerindeki etkisi. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 276-297. https://doi.org/10.52122/nisantasisbd.1459265

Tutar, H. (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik: Bir Model Önerisi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(Özel Sayı 2), 117-140. https://doi.org/10.18037/ausbd.1227323

Twenge, J. M., et al. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a nationally representative study. *Preventive Medicine Reports, 12*, 271-283.

Uluç, G., & Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(52), 88-102.

Uslu, H. (2023). Dijital Dönüşüm ve Kamu Hizmetleri Yönetimde Yenilikçi Yaklaşımlar ve Zorluklar. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 9(3), 15-31. https://doi.org/10.25272/icps.1354693

Wellman, B., & Haythornthwaite, C. (2002). *The internet in everyday life*. Blackwell.

Van Dijk, J. A. G. M. (2020). *The digital divide*. Polity Press.

Vardarlıer, P., & Zafer, C. (2019). Medya ve toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361.

Vasalou, A., Joinson, A. N., Bänziger, T., et al. (2008). Avatars in social media: Balancing accuracy, playfulness and embodied messages. *International Journal of Human-Computer Studies, 66*(11), 1053-1067. https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2008.06.004

We Are Social. (2025, Şubat). *Digital 2025: The essential guide to the global state of digital*. We Are Social. https://wearesocial.com/us/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/?utm_sour

Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal, 16*(4), 362-369.

Zhang, A., & Rau, P. L. P. (2021). A review and reappraisal of social media misuse: Measurements, consequences, and predictors. *International Journal of Human-Computer Interaction, 37*(12), 1-22. https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1807281

EXTENDED ABSTRACT

Introduction: Social media is a powerful tool that transforms individuals' social interactions, cultural identities, and societal bonds. Today, it serves not only as a means of communication but also as an influential platform in marketing, political decision-making, and social organization. This influence has become particularly evident in traditional communities like the Yörük. The Yörük are a nomadic group striving to preserve their lifestyle and cultural values while resisting the influence of modernity. However, social media has provided them with opportunities to introduce their cultural identity to broader audiences, strengthen social ties, and express themselves. Despite these positive aspects, social media also brings challenges such as digital addiction, identity confusion, and psychological stress. In rural communities, social media can alleviate feelings of isolation and strengthen social bonds. However, digital inequalities and infrastructure deficiencies may limit access to these benefits. The Yörük's patterns of social media use offer significant insights into the effects of digital transformation on rural communities. This study explores the impacts of social media on the societal and cultural dynamics of the Yörük. **Methodology:** This study adopts a qualitative phenomenological approach to understand the social media usage habits of Yörük individuals and the impact of this usage on identity construction and cultural continuity. Using maximum variation sampling, semi-structured in-depth interviews were conducted with 11 participants of different ages, genders, and levels of social media use. The interviews, lasting 45–60 minutes each, were recorded using audio devices. The interviews were recorded, transcribed, and analyzed using the thematic analysis method.The analysis process includes familiarization with the data, coding, theme development, theme review, and reporting. To ensure validity and reliability, triangulation, member checking, and inter-coder reliability tests were applied. The findings indicate that Yörük individuals' social media use is shaped within the framework of digital adaptation, identity construction, and cultural continuity. **Findings:** This research aimed to understand the Yörük's habits of using social networks and the impact of social media on their lives. The findings, derived from participant interviews, were analyzed under themes and categories. *Purposes of Social Network Use:* Family and Social Ties: The Yörük frequently use social networks to strengthen family connections, communicate with relatives, and stay updated on daily life. Personal Sharing and Expression: They share posts to promote village life and culture, viewing social media as a tool for preserving and transmitting cultural values. Entertainment and Leisure Activities: Social media is also used for

entertainment, such as watching videos and passing time. *Time Spent on Social Networks:* Intensive Use: Those spending several hours daily on social media stated that these platforms have become an integral part of their lives. Limited Use: Particularly among older individuals and those with demanding workloads, social media use is more restricted. *Effects of Social Networks:* Positive Impacts: Social media offers benefits like strengthening emotional support and social bonds, and providing economic opportunities, particularly through sales and advertisements. Negative Impacts: Excessive use can lead to neglected responsibilities and wasted time, with participants highlighting negative effects of misuse. *Role of Social Networks in Personal and Social Life:* Part of Daily Life: Social media is integrated into daily life and often used alongside activities like farming. Heavy Use Among Younger Generations: Social media use is more prevalent among the younger generations, revealing generational differences in digital technology adoption. These findings illustrate that the Yörük use social networks not only for communication and entertainment but also for promoting cultural values, creating economic opportunities, and strengthening social bonds. They also highlight the importance of balanced usage and the varying effects of social media. **Discussion and Conclusion:** This study of the Yörük's social media use reveals both similarities and differences compared to broader societal trends. Social media, for the Yörük, serves as a tool to strengthen family and social ties. Practices such as sharing photos of grandchildren or showcasing village life digitally demonstrate the platform's role as a "family album." This aligns with Manago et al.'s (2012) findings on social media's role in enhancing family communication. The Yörük's use of social media to reflect individual identities and showcase cultural values supports Chen's (2018) research on identity expression through social media. Two primary user groups were identified: heavy users and limited users. This division corresponds to Rogers' (2003) Diffusion of Innovations theory, where the adoption of innovations varies in speed. Limited users, often influenced by traditional lifestyles and workloads, allocate less time to social media. Positive effects include enhanced social bonds and economic opportunities, paralleling Tufekci's (2010) work on social media's potential to increase social and economic capital. However, time management challenges resulting from excessive social media use validate Boyd's (2014) findings on its negative impacts. In the rural context, the Yörük's integration of digitalization into daily life supports Parker et al.'s (2016) findings on the transformative role of digital technologies in rural living. Additionally, the intense use of social media among younger generations reflects Prensky's (2001) concept of "digital natives" versus "digital immigrants," as generational differences in usage habits were observed. In conclusion, the Yörük's social media usage provides valuable insights into cultural and societal dynamics. While their usage patterns reflect broader trends, the Yörük's unique lifestyle and values set them apart. This study contributes to the literature on the role of social media in rural communities. *Recommendations:* The findings of this study provide significant insights into the social media usage of the Yoruk community. To better understand the cultural and social impacts of social media usage, the following recommendations are presented: Digital Literacy Training: Digital literacy programs should be organized, particularly for elderly individuals, to ensure that the Yoruk community can use social media consciously and securely. Support for Economic Opportunities: The use of social media for trade and income generation should be encouraged, and guidance programs should be developed for local entrepreneurs. Time Management Awareness: Training sessions and counseling services should be provided to help balance social media usage and prevent excessive engagement. Preservation of Cultural Identity: Cultural content should be promoted, and social media strategies should be developed to maintain and showcase Yoruk culture in digital platforms. Long-Term Research: Comprehensive studies should be conducted to gain a deeper understanding of the societal impacts of social media usage among the Yoruk community. These recommendations aim to help the Yörük manage their social media use more effectively, promoting balance, cultural preservation, and economic growth. They also offer guidance for understanding and addressing the impacts of technology on rural communities.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Medya Okuryazarlığının Medya Ön Yargıları, Yalan Haber Paylaşımı ve Medya Haberlerine Güven Üzerindeki Etkileri

Sinem YELES KARAMAN[1] ve Şükrü BALCI[2]

Öz

Medya araçlarındaki çeşitlenme, gelişen dijital ortamlar bilgi akışını ve yoğunluğunu daha da hızlandırmıştır. Geleneksel medyanın aksine, daha kolay ulaşılabilen yeni medya ile yalan haber, yanlış bilgi, dezenformasyon ve manipülasyon içeren içeriklere ulaşmak daha kolay hale gelmiştir. Özellikle yalan haber çağımızın önemli bir sorunu olarak hem bireysel hem de toplumsal olarak ciddi problemlere yol açabilecek bir potansiyele sahiptir. Medya okuryazarlığı, bireylerin medya içeriklerine karşı bilinçli yaklaşmaları ve medya metinlerini eleştirel bir bakış açısıyla çözümleyebilmeleri açısından, son yıllarda önemi giderek artan bir kavramdır. Dünyada farklı uygulama alanlarına sahip olan medya okuryazarlığı, ülkemizde ise ilköğretim düzeyinde ve iletişim fakültelerinde seçmeli ya da zorunlu ders olarak okutulmakta; bu sayede öğrencilerin medya içeriklerini bilinçli ve sorgulayıcı bir şekilde tüketmeleri hedeflenmektedir. Bu çalışma medya okuryazarlığının; medya ön yargıları, yalan haber paylaşımı ve medya haberlerine güven üzerindeki etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada veriler, Türkiye'nin 7 farklı üniversitesindeki 600 öğrenciden yüz yüze anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmada sonucunda medya okuryazarlığının medya ön yargıları üzerinde pozitif; yalan haber paylaşımı ve medyaya güven düzeyi üzerinde negatif anlamlı etkisi tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Medya Okuryazarlığı, Medya Ön Yargısı, Yalan Haber, Medyaya Güven, Üniversite Öğrencileri

Effects of Media Literacy on Media Bias, Sharing of Fake News, and Trust in Media News

Abstract

The diversification of media tools and developing digital environments have further accelerated the flow and density of information. Unlike traditional media, with the more easily accessible new media, it has become easier to access content that includes fake news, misinformation, disinformation and manipulation. Especially fake news is an important problem of our age and has the potential to lead to serious problems both individually and socially. Media literacy is known as a concept that has become more important in recent years in terms of increasing individuals' awareness of media content, including fake news, and analyzing media texts with a critical perspective. Media literacy, which has different areas of application in the world and is given as an elective and compulsory course in primary education and communication faculties in our country, aims to have students consume media content consciously. This study aims to reveal the effects of media literacy on media bias, sharing of fake news and trust in media news. In the study where the quantitative research method was used, data was collected from 600 students at 7 different universities in Turkey through face-to-face survey technique. As a result of the research, it was found that media literacy has a positive effect on media bias; a negative significant effect was found on the sharing of fake news and the level of trust in the media.

Keywords: Media Literacy, Media Bias, Fake News, Trust in Media News, University Students

Atıf İçin / Please Cite As:

Yeles Karaman, S. ve Balcı, Ş. (2025). Medya okuryazarlığının medya ön yargıları, yalan haber paylaşımı ve medya haberlerine güven üzerindeki etkileri. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1171-1185. doi:10.33206/mjss.1667855

Geliş Tarihi / Received Date: 28.03.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 09.07.2025

[1] Dr. Sinem YELES KARAMAN-Konya Teknik Üniversitesi Rektörlüğü Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü, sykaraman@ktun.edu.tr,

ORCID: 0000-0003-4127-6970

[2] Prof. Dr. Şükrü BALCI-Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, sukrubalci@selcuk.edu.tr,

ORCID: 0000-0002-0477-0622

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Günümüzde bireyler haberden bilgi almaya, eğlenceden spora kadar birçok nedenle geleneksel ve dijital medyayı kullanmaktadır. Ancak bireylerde, medyanın olumsuz etkileri nedeniyle, uzaklaşma, medyaya güvenmeme, medyaya ön yargıyla bakma gibi durumlar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle bilinçli bir medya okuryazarı olmak, medya ile iyi ilişkiler kurmak açısından oldukça önemlidir.

Medya, okuyucu ve izleyicilerine kitlesel iletişim imkânı sunarken kullanıcılar da günlük hayat rutinleri içerisinde haber almak, farklı yerler, farklı hayatlar görmek, teknolojiler, yaşam tarzları hakkında bilgi almak, eğlenmek ve hoş/boş vakit geçirmek amacıyla medyaya yönelmektedir. Dijital teknolojilerin kullanımı her geçen gün artmakta, günlük yaşamımızda hayatın önemli bir parçası olmaktadır (Koç, 2016). Ancak günümüzde medyada yalan, yanıltıcı, manipüle edici ve abartılı bilgilere artık daha çok rastlanmaktadır.

Özellikle haberlerde var olan yalan haber ve yalan haberin türevleri, medya okuryazarlığına ihtiyacı artırmaktadır. Bireyler her ne kadar temel eğitimlerini almış olsa da medya okuryazarlığı bireye bilinç kazandırmaktadır. Medya okuryazarlığı, bireye medyaya erişim sağlama, medya içeriklerini farklı yönleriyle ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme, ayrıca çeşitli bağlamlarda fikir ve içerik paylaşma yeteneği kazandırarak bilinçli bir yaklaşım sunmaktadır (Kaya Güler, 2023).

Medya okuryazarlığı, medya önyargıları açısından da önemli bir rol oynamaktadır. Yoğun dezenformasyona maruz kalan bireyler, yalan haberler karşısında medyaya karşı önyargı geliştirebilir ve medyaya duydukları güveni kaybedebilirler. Medya okuryazarlığı, medyayı anlama ve çözümlemeye yönelik eleştirel bir süreç olarak tanımlanır. Bu bağlamda, medya okuryazarlığı eğitiminin bireylerde medya önyargısına yönelik tutum ve davranışlar üzerindeki etkisi dikkat çekicidir. Medya önyargısı, izleyicilerin temel bilişsel ve algısal mekanizmalar doğrultusunda temas ettikleri medyadan nasıl etkilendiklerini ve medyayla nasıl etkileşimde bulunduklarını anlamaya katkı sağlamaktadır (Han vd., 2022).

Medya ön yargısı ile ilişkili önemli bir diğer kavram da yalan haberler ve bu haberlerin paylaşımıdır. Yalan haber gibi dezenformasyon barındıran medya içeriklerinin arttığı ve gitgide de normalleştiği günümüzde, medya okuryazarlığı eğitimin önemi daha da artmaktadır. Yapılan bu çalışmada, medya okuryazarlığının genel bir profili çizilerek, medya okuryazarlığının amacı ve önemine değinilmiştir. Medya okuryazarlığı ile bireyleri sadece bilinçli medya kullanıcıları yetiştirmekle sınırlamayıp bilinçli yurttaş yetiştirme, demokratik bir toplum oluşturma ve toplumsal yaşamda düzeni sağlama amacının da olduğu belirtilmiştir (İlhan ve Aydoğdu, 2015).

Bu araştırmada medya okuryazarlığı konusunda genel bir çerçeve çizdikten sonra, medya ön yargısı, yalan haber paylaşımı ve medya haberlerine güven düzeyi bağlamında konu teorik çerçevede ele alınmaktadır. Bulgular ve yorum kısmında ise medya okuryazarlığı eğitiminin medya ön yargıları, yalan haber paylaşımı ve medya haberlerine güven üzerindeki etkisine ilişkin analizler sunulmakta, daha sonra elde edilen bulgular literatürle karşılaştırmalı olarak yorumlanmaktadır.

Medya Okuryazarlığı

Aynı kelime kökeninden türeyen okuma-yazma ve okuryazarlık kelimeleri artık birbirinden bağımsız anlamlara karşılık gelmektedir. Okuryazarlık, okuma-yazma kelimelerinin basit ve yalın anlamından uzaklaşmış, daha karmaşık bir sürece gönderme yaparak bireyin bilgiyi anlama, analiz etme, sentezleme ve daha karmaşık metinleri, etkili bir biçimde kullanabilme yeteneğini ifade etmektedir (Aydın Varol, 2023). Medya okuryazarlığı, medya ve kitle medya araçlarından kullanıcılara ulaşan mesajların bireyleri sadece bilgilendirmekle kalmayıp, onların değer yargılarını, bakış açılarını, tavırlarını, inançlarını, farklı taraflarıyla hayata bakışlarını farklı açılardan etkilemesi, hatta yeniden şekillendirerek değiştirmesi, "medya" ve "okuryazarlık" kavramlarını birbirlerine entegre etmiştir (Onal, 2007).

Keefe ve Copeland (2011), okuryazarlık kavramını tanımlarken 5 ilke üzerinde durmuştur: Buna göre tüm insanlar, okuryazar olma becerisine sahiptir. Okuryazarlık bir haktır ve insan deneyiminde temel yapıtaşıdır. Okuryazarlık sadece kişiye özgü değildir ve diğer bireylerle etkileşim gerektirmektedir. Okuryazarlık herkes için iletişim, etkileşim içerir ve güçlendirme potansiyeline sahiptir. Bir topluluğun kolektif sorumluluğunu ifade eden okuryazarlık; anlam üretimi aktarımı alımı ve yorumlamasını sağlamaktadır.

Medya okuryazarlığı, birey ve toplum açısından, medyaya karşı bilinçli ve farkında olma olanağı sunmaktadır. Okuryazarlık bilinçlenme, öğrenme, farkına varma, anlama, düşünme ve pratik olarak fayda sağlama gibi süreçleri kapsamaktadır. Okuryazarlık bireyin her türlü farkındalık düzeyini artırarak,

saplantılardan ve ön yargılardan kurtularak düşünme alışkanlığı kazandırmakta, eleştirel bakış açısına sahip olma noktasında bireyi güdüleyerek, çok yönlü düşünmeyi öğretmektedir. Bununla birey metinleri tek bir bakış acısıyla değerlendirmek yerine, olayı farklı bakış açılarıyla nasıl ele alıp değerlendirebileceğini öğrenmiş olmaktadır (Gürdal Tamdoğan, 2006). Ancak medya okuryazarlığı ile kastedilenin okuma yazma becerisinin kazanılmış olması ya da olmaması değildir. Kabaca medya okuryazarlığı, medya mesajlarını okuyabilme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Koç, 2016).

Medya okuryazarlığı, toplum içinde uzman olarak değerlendirilebilecek kişilerce medya mesajlarını beklenildiği ölçüde algılayarak, metinlerin ve medya söylemlerinin altında yatan gizli anlamları kavrayıp, medyayı doğru bir şekilde analiz edip kavrayarak değerlendirebilmelerini sağlayan eğitim, bu yolla toplumun eriştiği algılama eşiği olarak da karşımıza çıkmaktadır (Öncel Taşkıran, 2017). Medya okuryazarlığı, aynı zamanda insanları ne izledikleri ne okudukları; izledikten ve okuduktan sonra ne çıkardıkları ile ilgili sorular sormaya iten, soruşturma ve eleştirel temelli bir eğitim modelidir (Öncel Taşkıran, 2017).

Bu noktada medya okuryazarlığı ifadesinin iki önemli bileşeni bulunmaktadır. Bunlar kitle iletişim araçları ve bu araçları takip eden izleyici ve okuyucu kitledir. Bu iki tarafı ifade eden medya ve izler kitle arasındaki ilişkinin sorunsallaştırılması ise kendiliğinden gerekli hale gelmektedir (Tutal Cheviron, 2006). Medya okuryazarlığı bu iki kavram artasındaki etkileşim ve sonuçlar olarak değerlendirilebilir.

Medya okuryazarlığı tartışmalarında medyanın doğru çözümlenmesine olanak sağlayacak bir medya kültürünün oluşturulması ve sorgulayıcı bakış açısıyla medyayı çözümleyen bireylerin yetiştirilmesi hedefi ön plana çıkarılmaktadır. Bireylerin medya kullanımında bilinçli olmaları, eleştirel becerilerini geliştirmeleri ile mümkün olmaktadır (Kurt, 2010).

Bütün bu değerlendirmeler gösteriyor ki; bireyin medya okuryazarı olması, medya okuryazarlığı becerilerine sahip olmasına, medyayı çözümlemesine ve bilinçli bir okuyucu olmasına bağlıdır. Medya kullanıcısı bireyler, izleyici/okuyucu sıfatıyla, medyayı bilinçli okuyacak, değerlendirmeler yapabilecek, yalan ve yanlış bilgiyi, dezenformasyon ve manipülasyonu fark edecek ve medyayı kendi faydası için kullanabilecek olgunluğa erişmiş olacaktır.

Medya Okuryazarlığının Medya Ön Yargısı Üzerindeki Etkileri

Medya ve ürettiği içeriklere bakıldığında dünya çapındaki haber kaynakları, medya mantığı ("ikna etme" ve geniş kitleleri manipüle etme sanatı) konusunda giderek daha karmaşık hale gelmektedir. Bu onların kurguladıkları haberlerde objektiflik ve doğruluk havası yaratmalarını sağlamaktadır. Öyle ki vatandaşların yalnızca küçük bir azınlığı, ülkelerinde yayılan haberlerdeki ön yargı ve propagandayı fark etme becerisine sahiptir. Az sayıda kişi olayların tek taraflı tasvirlerini tespit edebilmekte veya ana akım haber medyasınınkilerle karşılaştırmak için alternatif bilgi ve görüş kaynakları arayabilmektedir. Şu anda dünyadaki eleştirel düşünce eğitimi almamış insanların ezici çoğunluğu, kendi ülkelerindeki haber medyasının insafına kalmış durumdadır (Paul ve Elder, 2008). Çünkü medyanın kime neyi düşündürmesi gerektiği konusunda oldukça başarılı olduğu görülmektedir.

Medyanın olmadığı bir dünyanın mümkün olmadığını kabul ettiğimizde, sağlıklı bir medya iletişimi için medya okuryazarlığı eğitiminin ne kadar gerekli olduğunu da fark ederiz. Bireylerin bu alanda kendilerini geliştirmesi artık bir ihtiyaçtan çok bir zorunluluktur. Bu zorunluluğun sebeplerinden biri ise, olumsuz, dramatik, sansasyonel, eğlenceli ve dikkat çekici haberlerin, olumlu ve sıradan bilgilere kıyasla insanlar tarafından daha ilgi çekici bulunmasıdır (Trussler ve Soroka, 2014). Çabuk okunup geçilen ve özellikle sosyal medyada yayınlanan bu haberler, herhangi bir sorun teşkil etmiyor gibi görünse de aslında kişileri zamanla gelişebilecek medya ön yargılarına, medyaya güvensizliğe ve nihayetinde medya ile sağlıksız bir ilişkinin gelişmesine neden olmaktadır.

Medya içerisinde yer alan haberler bireylerin dünya görüşünü şekillendirmede oldukça önemli bir yeri vardır. Yalan ve yanlış içerikler ile bireyler sadece olumsuz dünya görüşlerine maruz bırakılmamakta aynı zamanda olumsuz ve sansasyonel haberlere seçici bir şekilde katılarak kendi taraflılıkları ve aşırı olumsuz gerçekliklerini yaratmada önemli bir yer bulmaktadır (Meer ve Hameleers, 2022). Medya içerikleri, bireylerin dünya algısını şekillendirmede güçlü bir rol oynarken, yalan ve yanıltıcı haberlerin yaygınlaşması bireyleri yalnızca olumsuz bir bakış açısına mahkûm etmekle kalmaz; aynı zamanda bu bireylerin, kendi önyargılarını ve kutuplaşmış gerçeklik algılarını yeniden üretmelerine de zemin hazırlar. Bu durum, bireylerin medyaya eleştirel bir bakış geliştirmelerini zorlaştırırken, medya önyargılarının pekişmesine neden olur. Bu bağlamda, eleştirel medya farkındalığı, sadece medyada sunulan içeriklerin doğruluğunu sorgulamakla kalmayıp, bireylerin kendi algı ve tutumlarını da gözden geçirmelerini sağlayan önemli bir araç hâline gelir. Artan medya

önyargıları karşısında eleştirel farkındalık, hem bireysel hem toplumsal düzeyde medya okuryazarlığını güçlendiren bir savunma hattı oluşturmaktadır.

Bu gibi nedenlerle geniş bir çerçeve olan medya okuryazarlığı eğitimi ile öncelikle kişilerin medya dilini anlama becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bunun ötesinde kişiler, medyanın çeşitli etkilerinin farkında olan ve reklamların, gizli siyasi gündemlerin vb. yersiz etkilerine karşı aşılanmış birer eleştirel izleyiciler olmayı öğrenmeleri gerekmektedir. Medya eğitimi dersleri, geleneksel içerik odaklı derslerden farklıdır ve arzulanan "okuryazarlık", medyanın etkin tüketicileri olmak için duyuşsal ve tutumsal değişiklikleri, yeni bir zihin çerçevesini ve edinilmiş becerileri içermektedir (Babad, Peer, ve Hobbs, 2012). Medya okuryazarlığı konusunda konuyla ilgili eğitimin yanında bireylerin medya metinleri ya da haberlerle ilgili bir olayla ilgili farklı bakış açılarını tasvir eden makaleler okumak, medya yanlılığının neden olduğu dar ve çarpık bakış açısını genişletmeye yardımcı olmaktadır (Hamborg vd., 2017). Bunun yanında bireyin deneyimleri ile geliştirdiği kişisel ön yargı, "*belki de haber tüketicilerinin aşması gereken en zorlu engellerden biri*" olarak kabul edilebilir (Klurfeld ve Howard., 2014). Bu nedenle haber ön yargıları algılarının endemik olduğu çağdaş medya ortamları için uyarlanmış haber medyası okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesi giderek daha önemli hale gelmektedir (Tully vd., 2018).

Medya okuryazarlığı eğitimi, medya içeriklerini tahlil etme imkânı ile kişiyi doğru içerikleri doğru bir bakış açısı ile değerlendirme becerisi kazandırırken; haber içeriğini kötü değerlendirip, tarafsız içeriği kendi görüşlerine (düşmanca medya algısı) karşı taraflı olarak derecelendiren ve yanlı içeriği kendi taraflarının lehine olduğunda görmezden gelen (Vraga ve Tully, 2015) bireyler için de doğru çıkarım yapabilen kişiler olmasını sağlamaktır. Bu durum ön yargının bir örneği olup medya ve toplum arasında sağlıklı gitmeyen bir ilişkinin göstergesi olarak tanımlanmaktadır. Yapılan araştırmalarda haber medyası okuryazarlığı ile düşman medya etkisi arasında bağlantı kurulmuştur. Buna göre araştırmalar, kısa ve uzun vadeli medya okuryazarlığı müdahalelerinin medya mesajlarındaki bakış açılarının anlaşılmasını geliştirmek gibi olumlu sonuçların yanı sıra tarafsız haber mesajlarına yönelik düşmanca medya algılarını azaltabileceğini göstermektedir (Vraga & Tully, 2015). Bu çalışmalar medya okuryazarlığı eğitimlerinin ve medya okuryazarlığına ait kamu spotu gibi bilinçlendirici etkinliklerin, bireylerin haber medyasına bakışlarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Haber medyası okuryazarlığı eleştirel bir haber tüketicisi olmakla ilgili gerekli yeteneklere odaklanır. Araştırmacılar ve eğitimciler, gazeteciler, haber üretimi, tüketiciler ve demokrasi arasındaki ilişkiyi haber medyası okuryazarlığının temeli olarak tanımlamaktadır (Tully vd., 2018). Haber medyası, medya ön yargılarında temel rol oynayan, bireylerin medyaya ön yargılı olmalarında etkili en önemli parçası olarak kabul edilmektedir. Bu noktada medya ön yargılarının yıkılmasında haber medyasına odaklanma ve haber medyası okuryazarlığını eleştirel bakış açısı kazanarak geliştirme oldukça önemli kabul edilmektedir.

Medya normal zamanlarda ve seçim dönemlerinde siyasilerle halk arasında gerek yapılan programlar ve yayın içerikleri gerekse de haberlerle bir köprü görevi üstlenmektedir. Medya aynı zamanda kamusal siyasi tartışmaların temel alanıdır. Bu nedenle, medyanın merkezi sorumluluklarından biri seçmenlere ilgili siyasi meseleler ve aktörleri hakkında dengeli ve nesnel bilgi sağlamaktır. Medya, siyasiler ve halk arasında oluşmuş bu üçgen yapı içerisinde, siyasi haberlerdeki ön yargı, seçmen görüşleri ve tercihleri üzerinde bir etkiye sahiptir. Eberl, Boomgaarden ve Wagner (2017) yapmış oldukları bir çalışmada, ön yargının parti tercihlerini nasıl etkilediğini araştırmak istemiştir. Elde edilen bulgular politik olarak daha az sofistike olan ve bir parti kimliğine sahip olmayan seçmenler, ön yargıya karşı daha hassastır ve medya ön yargısı da mevcut partizan kimliklerini güçlendirebilmektedir. Çalışma medya ön yargılarının oy verme davranışları üzerinde oldukça yüksek etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu haliyle medya ön yargılarının birçok davranışı etkileyeceğini tahmin etmek zor değildir. Çünkü medya birçok konuyla ilişkili yayın ve haber yapmaktadır. Medya ön yargısı oy verme davranışlarımızı etkileyebileceği gibi, özellikle enflasyon ve ekonomik kriz gibi dönemlerde davranışlarımızı da etkileyebilir. İşte bu noktada medya okuryazarlığının önemi ortaya çıkmaktadır. Medya okuryazarlığı medya ön yargılarının kırılmasını olumlu yönde etkileyebilir, ön yargıları tamamen yıkmasa bile daha sağlıklı bir ilişki gelişmesine destek sağlayabilir.

Sonuç olarak medya ön yargılarının artışı, bireylerin medya içeriklerine karşı eleştirel bir bakış geliştirme ihtiyacını daha da görünür kılmaktadır. Bilgi kirliliği ve dezenformasyonun yaygınlaştığı dijital ortamda, bireylerin pasif izleyiciler olmaktan çıkıp içerikleri sorgulayan, kaynakları değerlendiren ve niyetleri analiz edebilen aktif medya kullanıcılarına dönüşmesi gerekmektedir. Eleştirel farkındalık, bireyin medyaya karşı sadece güvensizlik geliştirmesini değil, aynı zamanda bu içerikleri bilinçli biçimde analiz edebilmesini sağlar; böylece medya ön yargılarıyla başa çıkmanın sağlıklı bir yolu hâline gelir.

Medya Okuryazarlığının Yalan Haber Paylaşımı Üzerindeki Etkileri

Tarafsız bilgilere sınırsız erişim, güncel olayların dengeli bir şekilde anlaşılması açısından çok önemlidir. Pek çok kişi için bu tür bilgilere ulaşmanın birincil kaynağı haberlerdir. Haber metinleri bu nedenle kişilerin bakış açısı ve kamuoyunun şekillenmesinde merkezi bir rol oynamaktadır (Hamborg, 2022). Ancak haber içeriği yalan bilgiden oluştuğunda artık haber, halkı bilgilendirici ve bakış açısı geliştirici bir metin olmaktan çıkıp, manipülasyon ve propaganda amacı güden bir metin haline dönüşmektedir.

Yalan haberle mücadelede, haberin doğruluğunu belirlemek için yapılacak en doğru davranış, kişisel ön yargılara meydan okuyan veya filtre balonları patlatanlar da dahil olmak üzere birden çok kaynağa başvurmaktır (Metropolitan Community College). Medya okuryazarı olmak bu durumda oldukça önemlidir. Medya ve haber hakkında doğru analizi yapmak için çoklu medya takibine ihtiyaç bulunmaktadır. Son yıllarda gündemde olan filtre balonları ile insanların sosyal medya içerisinde sıkışıp kaldıkları görülmüştür. Medyanın bu ortamı yalan haberlerin fark edilmesini zorlaştırarak, bireylerin doğru bilgiye erişimini olumsuz etkilemektedir. Bu gerçek bilinçli medya okuryazarlığını, çoklu ve karşılaştırmalı okuma yapma davranışını zorunlu kılmaktadır. Böylece birey yalan haber haberin farkında olup, yalan haberin yayılmasını durdurabilir. Yalan haberin farkında olmamak ve paylaşarak çoğalmasına sebep olmak yalan haber döngüsünü daha da büyümesine neden olmaktadır.

Yalan haberin, "gerçek" haberler için de geçerli olan çok daha kapsamlı sorunların yalnızca bir tezahürü olduğunu savunan Buckingham (2019), medya okuryazarlığını bu soruna bir çözüm olarak görmektense, bunun sorunu aşırı derecede basitleştirmek ve meselenin zorluk derecesini hafife almak anlamına gelebileceğini ifade etmektedir. Buckingham'ın basitleştirmek olarak gördüğü meselenin arkasında yatan nedenlerin bir tanesi de haberin, yalnızca kasıtlı manipülasyonun değil, aynı zamanda medyanın faaliyet gösterdiği ideolojik ve ekonomik koşulların da ürünü olmasından kaynaklanmasıdır. Haber medyası bağımsız görünmekle birlikte, kontrol edilen veya kontrol edilemeyen kurumlardır. Medya yayınları rıza/mutabakat üretimi ile yaşanan hükümet ve ticari çıkarlardan büyük ölçüde etkilenmektedir (Nelson, 2004, s. 3). Diğer bir ifadeyle medya içerisinde bulunduğu siyasi ve ekonomik alanla yakın ilişki içerisindedir. Bu noktada yalan haberin karmaşık ilişkiler ve yapılar içerisinde medya okuryazarlığı ile çözümlenmesi de zorlaşmakta; yine şu an için yapılacak en iyi hamle olarak görülmektedir.

Medya okuryazarlığı konusunda yapılacak daha sistemli bir çalışma, yalan haberle mücadele ve ön yargıyı önleme noktasında daha verimli sonuçlar ortaya çıkarabilir. Doğruyu yanlıştan, haberi reklamdan, bilgiyi yorumdan ayırmak, demokratik yaşama etkin katılan bireyler olmak amacıyla medya ve haber okuryazarlığına büyük bir ihtiyaç duyulmaktadır (Sivritepe, 2023). Günümüz bilgi çağının belki de en zor ve en büyük sorunlarından biri, doğru bilgiyi yanlıştan ayıramamaktır.

Medya okuryazarlığının önemli bir bileşeni olan haber okuryazarlığı, özellikle yalan haberle mücadelede kilit bir rol üstlenmektedir. Gerçek bir haber okuryazarından beklenen sadece yalan haberi doğru haberden ayırt etmek değil, aynı zamanda haber medyası sisteminin yapılarını, haberin nasıl şekillendiği ve paylaşıldığı, ekonomik, teknolojik ve psikolojik etkenleri fark edecek bilince ve beceriye sahip olmasıdır (Sivritepe, 2023).

Bu bakış açısından hareketle medya okuryazarlığı, yalan haber ve içerikler için toplumun bilinçlenmesi, bilgi ve becerilerinin gelişmesi açısından oldukça önemlidir. Medya okuryazarlığı konusunda yeterli bilinç düzeyine ulaşan bireyler, yalan haberleri çözümleme noktasında, medya toplum ilişkisinin daha sağlıklı oluşmasına katkı sunacak, bireysel olarak da bilinçli bir okuryazar haline gelebilecektir.

Medya Okuryazarlığının Medyaya Güven Üzerindeki Etkileri

Kurumlar ile kamuoyu arasındaki iletişim ve güven, sağlıklı bir toplumun temel göstergelerindendir. Bu noktada medya, halkın güvenini kazanması gereken en önemli araçlardan biridir. Toplumsal yaşamın ayrılmaz bir parçası olan medya, güven kazandıkça izlenme, okunma ve takip edilme oranlarını da artırmaktadır. Dolayısıyla medyaya duyulan güven ile medyanın güvenilirliğini artırma çabası karşılıklı olarak birbirini besleyen bir süreçtir. Medya, bu güveni inşa edebilmek için doğru ve tarafsız bir yayın anlayışıyla izleyici, dinleyici ve okuyucusuna ulaşmalıdır. Ancak tarafsız ve doğru bir yayın politikası oluşturmak medya için kolay olmadığı gibi, hedef kitle açısından da güven duygusunu oluşturmak zaman ve çaba gerektirmektedir.

Medya insanların hayatlarında önemli bir noktada yer almasına rağmen, yapılan çalışmalarda medyaya güvenin yeterli olmadığı ve medyaya karşı ciddi bir ön yargı oluştuğu dikkat çekmektedir. Diğer kitle iletişim araçları ile karşılaştırıldığında sosyal medyayı kontrol etmedeki güçlükler, kullanıcıların sosyal medyada kendilerini gizleyerek ya da başka biriymiş gibi göstererek kanıta dayanmadan paylaşımlarda bulunması, bireylerde güven konusunda sorunlar oluşturmaktadır (Balcı ve Bekiroğlu, 2014). Medyaya herkesin güven duyması beklenmese de sağlıklı bilgi alma, demokrasinin gelişimi gibi nedenlerle medya ile sağlıklı ilişkilerin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Kamuoyunun medyaya karşı güvenini olumlu etkileyen doğruluk, dürüstlük, objektiflik, tarafsızlık, dengelilik, hakkaniyet, profesyonel standartlar, kamusal yararın gözetilmesi, çıkar ilişkilerine girilmemesi, editoryal bağımsızlık, şeffaf mülkiyet ve sahiplik yapısı gibi genel ilkeler sayılmaktadır (Balcı ve Bekiroğlu, 2014). Medyaya karşı güveni olumsuz etkileyen sorun da bu saydığımız kavramların tam olarak yerine getirilememesinden kaynaklanmaktadır. Ancak insanların güven duymak istediği konuların başında en çok haber gelmektedir. Haberde güveni sağlayan öğelerden biri olan gerçeklik öğesi, güveni etkileyen en önemli konulardan biridir. Bu nedenle haber her zaman için gerçeklere dayandırılmak zorundadır. Gerçeklik, haberin olmazsa olmaz nitelikli ve temel ilkesi konumundadır (Girgin ve Özay, 2013). Gerçeklere dayanmayan haber, yalan haberdir ve yalan haber çağımızın en ciddi meselelerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yurttaşların medyaya güvenlerini yitirmemeleri için gerekli koşullardan biri medyanın kendi işleyişi hakkında çözümlemeler geliştirerek, kamuoyuna eleştiri ve denetimden kaçmadığının görünmesini sağlamaktır (Ramonet, 2000). Yayın kuruluşları bu şekilde davrandıklarını iddia etmelerine, hatta somut örnekler göstermelerine rağmen, yine de güven konusunda yetersiz kalmaktadırlar. Bu haliyle izleyici ve okuyucu kitle için medyanın, her zaman aynı çizgide güven veren yayınlarını devam ettirmesi gerekmektedir. Medyanın haberde özellikle heyecan uyandırma, sansasyon yaratacak olanın peşinde koşma tutumu, saptırmalara ve yutturmacalara yol açabilmektedir (Ramonet, 2000). Sansasyon yaratmak için uydurulan bir çok haberde zamanla gün yüzüne çıkarak kamuoyu ile paylaşılmıştır. Bu da yine bireylerin haberlere ve medyaya güvenini etkilemektedir. Bireylerin medya ile güvene dayalı bir ilişki geliştirmesinde medya okuryazarlığının etkisi oldukça önemlidir. Bireyler medyaya eleştirel bir bakış akışı geliştirirken medyaya güven de bu konudan etkilenmektedir.

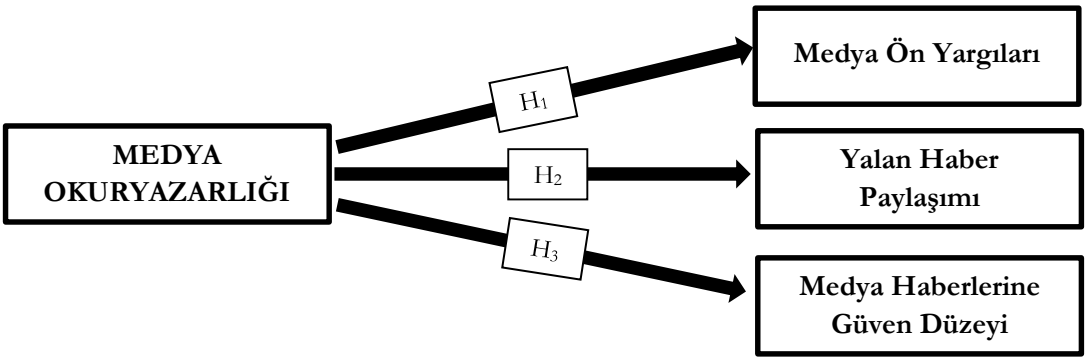
Medya kanalları kamuoyunun güvenini sarsabilir. Bilinçli izleyici medya içeriklerine medya okuryazarlığı bilinci ve hassasiyeti ile yaklaşması gerekmektedir. Medya okuryazarlığı, medyaya güven konusunda oldukça önemli bir konumdadır. Birey medya metinlerini, videoları, sosyal medya içeriklerini, web sayfalarını takip ederken doğru bir çözümleme yaparak kendisi için en doğru içeriği bulabilir. Hangi habere güvenip hangi içeriğin yalan olduğunu, kendi bilgi ve becerileri ile bulup medyayayla daha sağlıklı ilişkiler geliştirebilir.

Yöntem

Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı bu araştırmada; medya okuryazarlığının, medya ön yargıları, sosyal medyada yalan haber paylaşımı ve medya haberlerine güven düzeyi üzerindeki etkisini incelemek temel amaç konumundadır. Bu amaca yönelik olarak üniversite öğrencilerinden oluşan bir örneklemden veriler toplanmıştır.

Araştırma Modeli ve Hipotezler

Bu araştırmada ilişkisel tarama modeli esas alınmış ve medya okuryazarlığının medya ön yargıları, sosyal medyada yalan haber paylaşımı ve medya haberlerine güven düzeyi üzerindeki etkileri incelenmiştir.



Şekil 1. *Araştırma modeli*

Literatür tartışmaları ve araştırma modeline uygun olarak, çalışmada test edilmek üzere üç hipotez oluşturulmuştur:

Hipotez 1: Medya Okuryazarlığının medya ön yargıları üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.

Hipotez 2: Medya okuryazarlığının, sosyal medyada yalan haber paylaşımı üzerinde negatif anlamlı etkisi söz konusudur.

Hipotez 3: Medya okuryazarlığının medya haberlerine güven düzeyi üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisi bulunmaktadır.

Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evrenini Türkiye'de farklı üniversitelerin İletişim Fakültesinde eğitim alan 71. 632 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise Türkiye'nin farklı bölgelerinde bulunan üniversitelerin (Selçuk Üniversitesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Çukurova Üniversitesi, Gaziantep Üniversitesi, Üsküdar Üniversitesi, Ege Üniversitesi, İnönü Üniversitesi) İletişim Fakültesinde okuyan ve rastlantısal örneklem yoluyla seçilen öğrenciler meydana getirmektedir. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, katılımcılarla yüz yüze görüşmeye dayalı anket tekniği ile toplanmış; ön inceleme sonucunda 600 anketin analiz için uygun olduğu tespit edilmiştir.

Örneklemdeki katılımcıların yüzde 40,2'si erkek, yüzde 59,8'i ise kadındır. Oranlar, ankete katılanların cinsiyetlerine göre karşılaştırma yapmaya elverişli gözükmektedir. Katılımcıların yaş dağılımının betimleyici istatistikleri incelendiğinde ise, yaşların 18 ile 65 arasında olduğu görülmektedir. Ankete katılanların yaş ortalaması 22,2 iken; dağılımın standart sapması ise 4,81 olarak bulunmuştur.

Veri Toplama Araçları

Medya Okuryazarlığı Düzeyi Belirleme Ölçeği: Araştırmada, Karaman ve Karataş (2009) tarafından geliştirilen ve 17 maddeden oluşan 5'li likert tipindeki (1= Bana Hiç Uygun Değil- 5= Bana Tamamen Uygun) "Medya Okuryazarlığı Düzeyi Belirleme Ölçeği" ile katılımcıların medya okuryazarlık düzeylerini ortaya koymayı amaçlayan ölçek kullanılmıştır. Ölçeğinin alt boyutlarını ortaya koymak amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) modeli esas alınmıştır. 17 maddeden oluşan Medya Okuryazarlık Ölçeğinin; Bilgi Sahibi Olmak, Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme, Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme olmak üzere 3 alt boyuta ayrıldığı tespit edilmiştir. Boyutların, "Bilgi Sahibi Olmak" 7, "Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme" 6 ve "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" 4 olmak üzere maddelere ayrılmıştır. Buna göre, maddelerin faktör yüklemesi 0,44 ile 0,74 arasında değiştiği görülmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarının da açık bir şekilde gösterdiği gibi, medya okuryazarlığı düzeyi; bilgi sahibi olmak, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme, yargılayabilme, örtük mesajları görebilme gibi farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir.

Medya Ön Yargıları Ölçeği: Bu bölümde araştırmanın yazarları tarafından geliştirilen 14 maddeden oluşan 5'li likert tipindeki (1= Hiç Katılmıyorum- 5=Tamamen Katılıyorum) "Medya Ön Yargıları Ölçeği" kullanılmıştır. Bu ölçek ile bireylerden medya ön yargı düzeyleri hakkında değerlendirme yapılabilmeleri istenmiştir. Böylece bireylerin medya ön yargı düzeyleri ölçülerek medya okuryazarlığı düzeyleri arasında ilişkin ölçülmesi hedeflenmiştir. Uygulanması kolay, anlaşılır ifadelerden oluşan ölçek maddeleri araştırmaya katılan bireylerin verdikleri yanıtlara göre değerlendirilmiş. Ölçekte elde edilen puanlar tüm maddelerin ortalaması alınarak hesaplanmıştır. Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Katılımcıların ölçekten altıkları

toplam puan arttıkça, medya ön yargılarında da bir artış yaşanmaktadır. Ölçek, güvenilirliği ve geçerliliği test edildikten sonra asıl amaç doğrultusunda araştırma için uygulanacak anket formuna eklenmiştir.

Yalan Haber Ölçeği: Yalan Haber Paylaşımı ölçeği Apuke ve Omar (2021) tarafından, yakın tarihli çalışmaları (Talwar et al., 2019; Chadwick ve Vaccari, 2019; Khan vd., 2019) ışığında geliştirilmiştir. 5'li likert tipinde (1= Hiç Katılmıyorum- 5=Tamamen Katılıyorum) 5 maddeden oluşan "Yalan Haber Ölçeği" katılımcıların yalan haber paylaşım durumları ile ilgili maddeleri bir araya getirmiştir. Ölçekle bireylerin medyada bulunan içerikleri, yalan haberleri paylaşım düzeylerinin belirlenmesi ve diğer ölçeklerle olan durumlarının ne olduğu, katkı sağlanması açısından araştırmaya dahil edilmiştir. Yazarlardan ölçeğin Türkçeye uyarlanması konusunda gerekli izinler alındıktan sonra çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu ölçekle medyada yer alan yalan haberleri farkında olarak ya da olmayarak paylaşım durumlarının ne olduğunun anlaşılması amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak 5 sorudan oluşan ölçek soruları araştırmaya katılan bireylere sorulmuş böylece yalan haber paylaşım durumları ve medya okuryazarlıkla olan ilişkisini ne derece etkilediği çalışmanın bazı bulgularını oluşturmuştur.

Kişisel Bilgi Formu: Bu kısım, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri (cinsiyet ve yas) ile medya kullanım örüntülerini tespit etmeye yönelik olarak, araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır.

Verilerin Analizi

Veriler 2023 yılı Kasım ve Aralık aylarını kapsayacak şekilde katılımcılarla yüz yüze anket tekniği ile toplanmış istatistik programı SPSS ile bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Anket formları öncelikle 250 kişiden oluşan kontrol grubuna uygulanmış; gerekli görülen değişiklikler yapıldıktan sonra örneklemin tamamına ulaşılmıştır. Verilerin analizinde öncelikle *Betimleyici İstatistik Testleri* kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçekler arasındaki ilişkinin gücü ve yönünü anlamak için *Korelasyon Analizi* uygulanmıştır. Kullanılan ölçeklerin birinci düzey Doğrulayıcı Faktör Analizine (DFA) ait yapının sonuçlarını açıklamak amacıyla ise doğrulayıcı faktör analizi kullanılması uygun görülmüştür. Araştırmada medya okuryazarlığı eğitiminin medya ön yargıları, yalan haber paylaşımı ve medya haberlerine güven üzerindeki etkisi belirlemek üzere *Doğrusal Regresyon Analizi*'ne başvurulmuştur.

Bulgular ve Yorum

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle olarak çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri ele alınmakta; betimleyici istatistik, korelasyon analizi ve fark testi sonuçları sunulmaktadır. Daha sonra hipotez testi sonuçlarına yer verilmektedir.

Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerlilik Testleri

Araştırmada kullanılan ölçeklere ait güvenilirlik düzeyi belirlenmesine yönelik test istatistikleri aşağıdaki gibidir.

Tablo 1. *Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları*

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach Alpha Değeri
Medya Okuryazarlığı Ölçeği	17	,860
Medya Ön Yargıları Ölçeği	14	,864
Yalan Haber Paylaşımı Ölçeği	5	,837
Medya Haberlerine Güven Ölçeği	15	,927

Güvenilirlik analizi sonuçları mercek altına alındığında Medya Okuryazarlığı ölçeği için Cronbach Alpha=,860; Ön yargı ölçeği için ,864; Yalan haber paylaşım ölçeği için ,837 ve Medya Haberlerine Güven Ölçeği için ,927 değerleri ortaya çıkmaktadır. Araştırma modelinde yer alan dört ölçek için de güvenilirlik katsayısı oldukça tatmin edicidir.

Tablo 2. *Ölçeklerin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Sonuçları*

Ölçek/Model	CMIN (χ2 /df)	p	RMSEA	GFI	CFI	SRMR
Medya Okuryazarlığı Ölçeği	2 ,93	,000*	0,06	0,94	0,92	0,05
Medya Ön Yargısı Ölçeği	3,78	,000*	0,07	0,93	0,92	0,05
Yalan Haber Paylaşım Ölçeği	7,01	,000*	0,07	0,98	0,98	0,03
Medya Haberine Güven Ölçeği	5,00	,000*	0,08	0,89	0,93	0,05

**p< ,001*
Not: *RMSEA= Root Mean Square Error of Approximation; GFI= Goodness of Fit Index; CFI= Comparative Fit Index; SRMR= Standardized Root Mean Square Residual.*

Öte yandan çalışmada ölçeklerin yapı geçerliliğini sağlamak için ise Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmış ve elde edilen sonuçlar, ölçüm araçlarının tek boyuttan oluştuğunu ve sonuçların kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olduğunu göstermektedir (Hooper, 2008; Simon, vd., 2010). Buna göre elde edilen sonuçlarla ölçek yapılarının doğrulandığı (Hu ve Bentler, 1999) sonucu ortaya çıkmaktadır.

Ölçeklerin Betimleyici İstatistikleri, Korelasyon Analizi ve Fark Testleri

Araştırma sorularına yanıt veren üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeylerini ölçmek için 5'li likert tipinde 17 maddeden oluşan medya okuryazarlığı ölçeğinin ifadeleri toplanarak tek bir değişkene dönüştürülmüştür. Yapılan merkezi eğilim istatistiğine göre katılımcıların en az 34 puan, en fazla 85 puan, aldıkları görülmüştür. Buna göre, katılımcıların medya okuryazarlığı ortalamasının 67,7 olduğu görülmüştür. Katılımcıların medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu dikkat çekmektedir.

Tablo 3. *Medya Okuryazarlığı, Medya Ön Yargıları, Yalan Haber Paylaşımı ve Medya Haberine Güven Ölçeklerinin Betimleyici İstatistikleri*

	Min.	Max.	$\bar{X}$	Skewness	Kurtosis
Medya Okuryazarlığı Ölçeği	34	85	67,7	-,327	0,55
Medya Ön Yargısı Ölçeği	14	70	51,5	-416	1,269
Yalan Haber Paylaşım Ölçeği	5	25	11,4	,523	-,543
Medya Haberine Güven Ölçeği	15	75	41,2	-1,182	1,446

Örneklemdeki kişilerin medya ön yargı düzeylerini anlamak için yapılan analiz sonuçlarına göre katılımcıların medya ön yargı ölçeğinden en az 14 puan, en çok 70 puan aldıkları dikkat çekmektedir. Üniversite öğrencilerinin medya ön yargı düzeyleri ortalaması ise 51,5 olarak bulunmuştur.

Araştırma sorularına cevap verenlerin yalan haber paylaşım ölçeğindeki maddelere en az 5, en fazla 25 puan verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların yalan haber paylaşım ölçeği ortalamaları ise 11,4 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre katılımcıların yalan haber paylaşım davranışlarının ortalamasının çok yüksek olmadığı görüşmüştür.

Medya Haberlerine Güven ölçeğindeki maddelere ise örneklemdeki üniversite öğrencilerinin toplamda en düşük 15, yüksek yüksek 75 puan verdikleri bulgulanmıştır. Katılımcıların medya haberlerine güven düzeyi ortalaması ise 41,2'dir.

Araştırma değişkenlerinin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek üzere Kurtosis (Basıklık) ve Skewness (Çarpıklık) değerleri incelenerek elde edilen sonuçlar *Tablo 3*'te gösterilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin, normallik testi sonuçlarına göre Skewness ve Kurtosis değerleri -1,5 ile 1,5 arasında bulunmuş olup bu sonuçlar verilerin normal olarak dağıldığına işaret etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Tablo 4. *Medya Okuryazarlığı ile Medya Ön Yargıları, Yalan Haber Paylaşımı ve Medya Haberlerine Güven Düzeyi Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi Bulguları (Pearson r)*

	Medya Okuryazarlığı Ölçeği
Medya Ön Yargısı Ölçeği	,239**
Yalan Haber Paylaşım Ölçeği	-,097*
Medya Haberlerine Güven Ölçeği	-,162**

Not: $^{**}p<$,01, $^{*}p<$,05

Araştırmada kullanılan ölçeklerden medya okuryazarlığı, medya ön yargıları, medya haberlerine güven düzeyi ve yalan haber paylaşımı ölçekleri arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü belirlemek üzere Korelasyon Analizi sonuçları incelenmiştir. Analizleri sonuçlarının da açıkça gösterdiği gibi medya okuryazarlığı ve medya ön yargıları arasında da zayıf düzeyde, pozitif anlamlı bir ilişki (r= ,239; $p<$,01) dikkat çekmektedir. Bunun yanında medya okuryazarlığı ve medya haberlerine güven (r= -,162; $p<$,01) arasında zayıf düzeyde negatif yönlü anlamlı ilişki Söz konusudur. Katılımcıların medya okuryazarlığı düzeyi arttıkça medya haberlerine güven düzeylerinde bir azalma yaşanmaktadır. Apuke ve Omar'ın (2021) yapmış oldukları araştırmada yalan haberlerin yayılmasının cehalet, bilgisizlik gibi durumlarla ilişkili olduğuna vurgusu yapılmıştır. Çalışmada ayrıca medya okuryazarlığına vurgu yapılarak, bilginin kaynağının göz önünde bulundurulması, manşetlerin ötesinin okunması, yazarların kontrol edilmesi, tarihlerin kontrol edilerek bir haberin derinlemesine araştırılması, yeterli gerçek ve rakamın doğrulanması için kanıtların incelenmesi, yalan içerik ve görsellerin doğrulanması, diğer kaynakların taranmasının önemine değinilmiştir.

Tablo 5. *Cinsiyete Göre Medya Okuryazarlığı, Medya Ön Yargıları, Yalan Haber Paylaşımı ve Medya Haberlerine Güven Düzeyi Puanlarındaki Farklılık*

	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	t-value	Sig.
Medya Okuryazarlığı Ölçeği	Erkek	241	66,80	-2,07	**,039**
	Kadın	359	68,28		
Medya Ön Yargısı Ölçeği	Erkek	241	51,58	,223	,824
	Kadın	359	51,42		
Yalan Haber Paylaşım Ölçeği	Erkek	241	12,11	2,72	**,007**
	Kadın	359	10,96		
Medya Haberlerine Güven Ölçeği	Erkek	241	57,24	1,08	,278
	Kadın	359	56,12		

Örneklemdeki üniversite öğrencilerinin cinsiyetine göre medya okuryazarlığı düzeyi (t=-2,07; p< ,05) ve sosyal medyada yalan haber paylaşımı (t= 2,72; p< ,01) anlamlı farklılık göstermektedir. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde kadınların ($\bar{X}$= 68,28), erkeklere ($\bar{X}$= 66,80) göre medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Sosyal medyada yalan haber paylaşımında ise, erkeklerin ($\bar{X}$= 12,11) kadınlara ($\bar{X}$= 10,96) nazaran daha yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Medya ön yargı düzeyleri ile medya haberlerine güven noktasında cinsiyetler arası anlamlı bir farklılık söz konusu değildir.

Hipotez Testi Sonuçları

Araştırmanın bu bölümünde ilk olarak medya okuryazarlığının medya ön yargıları üzerindeki etkileri araştırılmış ve bu amaca uygun olarak bir model geliştirilmiştir. Modelde medya okuryazarlığı bağımsız değişkeni, medya ön yargıları ise bağımlı değişkeni oluşturmaktadır. Basit Doğrusal Regresyon Analizi sonuçları *Tablo 6*'da ortaya konulmaktadır.

Tablo 6. *Medya Okuryazarlığı Düzeyinin Medya Ön Yargıları Üzerindeki Etkisi*

Etki Yolu	Tahmin (β)	S.E.	t	p	Sonuç
Medya Okuryazarlığı → Medya Ön Yargısı	,239	,040	6,02	**,000**	Kabul
Adjusted R^2= ,057			F= 36,27; df= 1; p= ,000		

Analiz sonuçları değerlendirildiğinde medya okuryazarlığı düzeyinin medya ön yargıları üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi söz konusudur (β= ,239; p<,001). Yani katılımcılar medya okuryazarlığı dersini aldıkça medyaya ön yargılarının arttığı görülmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi ile kendini medyaya karşı geliştiren ve farkındalığı yüksek olan bireylerin medya karşı daha eleştirel yaklaştığı yorumu yapılabilir. Ayrıca medya okuryazarlığı düzeyinin, medya ön yargı ölçeği varyansındaki değişimin %5,7'si (R^2= 0,057) gibi oldukça düşük bir kısmını açıkladığı dikkat çekmektedir. Bu sonuçlarla *Hipotez 1* doğrulanmıştır.

Araştırmada ikinci olarak medya okuryazarlığının sosyal medyada yalan haber paylaşımı üzerindeki etkisi mercek altına alınmıştır. Oluşturulan modelde medya okuryazarlığı bağımsız değişken, yalan haber paylaşımı ise bağımlı değişken olarak yer almaktadır.

Tablo 7. *Medya Okuryazarlığı Düzeyinin Sosyal Medyada Yalan Haber Paylaşımı Üzerindeki Etkisi*

Etki Yolu	Tahmin (β)	S.E.	t	p	Sonuç
Medya Okuryazarlığı → Yalan Haber Paylaşımı	-,097	,024	-2,38	**,018**	Kabul
Adjusted R^2= ,08			F= 5,66; df= 1; p= ,000		

Analiz tablosu incelendiğinde medya okuryazarlığı eğitiminin yalan haber paylaşımı üzerinde negatif anlamlı etkisi ortaya çıkmaktadır (β= -,097; p<,05). Diğer bir ifadeyle araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyi arttıkça, sosyal medyada yalan haber paylaşımı azalma eğilimi göstermektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi ile bireylerin medya metinlerine karşı daha bilinçli olduğu, daha eleştirel bir bakış açısı ile medya içeriklerini tahlil edebildiği söylenebilir. Bu sonuçlar aynı zamanda *Hipotez 2*'nin kabul edildiğini göstermektedir.

Son olarak bu araştırmada medya okuryazarlığının medya haberlerine güven düzeyi üzerindeki etkisi de incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda yapılan Doğrusal Regresyon Analizi sonuçları *Tablo 8*'de sunulmaktadır.

Tablo 8. *Medya Okuryazarlığı Düzeyinin Medya Haberlerine Güven Üzerindeki Etkisi*

Etki Yolu	Tahmin (β)	S.E.	t	p	Sonuç
Medya Okuryazarlığı → Medya Haberine Güven	-,162	,057	-4,02	**,000**	Kabul
Adjusted R^2= ,026			F= 5,66; df= 1; p= ,000		

Çıkan sonuçlar medya okuryazarlığı eğitiminin medya haberlerine güven düzeyi üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisine işaret etmektedir (β= -,162; p<,001). Bir başka anlatımla medya okuryazarlığı düzeyi arttıkça medya haberlerine güven düzeyinde yüzde 2,6 birimlik azalma dikkat çekmektedir. Yani medya okuryazarlığı düzeyinin medya haberlerine güven ölçeği varyansındaki değişimin %2,6'sını açıkladığı söylenebilir (R^2= ,026). Elde edilen sonuca bakıldığında medya okuryazarlığı eğitimi, bireylerin medya haberlerine güvenlerini olumsuz yönde etkilemiştir. Bireyler aldıkları medya okuryazarlığı eğitimi ile medyaya daha bilinçli yaklaştıklarında, bu araçlara karşı güven ilişkilerinde bir azalma kendini göstermektedir. Bu sonuçlarla *Hipotez 3* kabul edilmiştir. Bunun yanında literatürdeki bazı araştırma sonuçlarına göre, yeni medya okuryazarlık düzeyi arttıkça, sosyal medyaya güvenin artma eğiliminde olduğu görülmüştür (Devrim, 2023).

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Günümüzde dijitalleşme ve sosyal medyanın gelişimi ile yalan haber paylaşımında bir artış yaşanmaktadır. Bireyler bu noktada yalan haber ve gerçek içeriği birbirinden ayırt edemez hale gelmiştir. Bir taraftan oldukça sıradanlaşan yalan içerikler medyaya karşı güveni olumsuz etkilerken, diğer yandan ise bireylerin medyaya karşı ön yargı geliştirmesine neden olmaktadır. Bu noktada yalan haberle mücadelede medya okuryazarlığı eğitimi, bireylerin medya ve haberle kuracakları ilişki açısından oldukça önemli olduğu kabul edilmektedir. Çünkü medya okuryazarlığının hedefi, bireylerin medyadan gördüklerini veya duyduklarını yorumlamaları, medya içerikleri karşısında yetkin, eleştirel bir okuryazar olmalarına yardımcı olmaktır (Ispinar Akcayoglu ve Dislen Daggol, 2019). Medya karşısında geliştirilen medya yetkinliği ve eleştirel bakış açısı, medyayı çözümlemeyi geliştirdiği gibi zaman zaman medya ön yargılarının artmasına ve medya güvensizliğine neden olabilmektedir. Diğer taraftan medya okuryazarlığı, haber okuryazarlığı gibi konularla farkındalığını geliştiren bireylerin, medya hakkındaki olumsuz ve kesin bilgileri, bireyleri daha da ön yargılı olmaya itebilmektedir.

Bu araştırmada ulaşılan sonuçlara bakıldığında, üniversite öğrencilerinin cinsiyetine göre medya okuryazarlığı düzeyi ve sosyal medyada yalan haber paylaşım durumlarında anlamlı farklılık oluşmaktadır. Betimleyici istatistik sonuçlarına göre, kadınların medya okuryazarlık düzeylerinin, erkeklere göre daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Sosyal medyada yalan haber paylaşımında ise, erkeklerin kadınlara göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Medya ön yargı düzeyleri ile medya haberlerine güven noktasında cinsiyetler arası anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Araştırmanın Basit Doğrusal Regresyon Analizi sonuçlarına göre, medya okuryazarlığı düzeyinin medya ön yargıları üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisinin olduğu görülmüştür. Bir başka ifade ile katılımcılar medya okuryazarlığı dersini aldıkça medyaya ön yargılarının arttığı görülmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi ile kendini medyaya karşı geliştiren ve farkındalığı yüksek olan bireylerin medya karşı daha eleştirel yaklaştığı yorumu yapılabilir. Köktener'in (2019) yaptığı çalışma, iletişim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersinin medya iletilerinin kurgusallığına ve medyanın endüstriyel işleyişine yönelik farkındalık kazandırarak kişilere eleştirel bakış açısı kazandırdığını göstermiştir.

Araştırmanın bir başka sonucuna göre, medya okuryazarlığı eğitiminin yalan haber paylaşımı üzerinde negatif anlamlı etkisi olduğudur. Diğer bir ifade ile araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyi arttıkça, sosyal medyada yalan haber paylaşımı azalma eğilimi göstermektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi ile bireylerin medya metinlerine karşı daha bilinçli olduğu, daha eleştirel bir bakış açısı ile medya içeriklerini tahlil edebildiği söylenebilir.

Diğer taraftan bu araştırma, medya okuryazarlığı eğitiminin medya haberlerine güven düzeyi üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisine işaret etmektedir. Yani bir başka anlatımla medya okuryazarlığı düzeyi arttıkça medya haberlerine güven düzeyinde bir azalma kendini göstermektedir. Elde edilen sonuca bakıldığında medya okuryazarlığı eğitimi, bireylerin medya haberlerine güvenlerini olumsuz yönde etkilemiştir. Bireyler aldıkları medya okuryazarlığı eğitimi, medyaya daha bilinçli yaklaşmalarını sağlayarak güven ilişkilerinde bir erozyona neden olabilmektedir.

Medya araçları zamanla değişerek her geçen sürede yerine yenilerini ekleyerek hem değişmekte hem de gelişmektedir. Ancak değişmeyen şey medyanın varlığı ve topluma hitap etmeye devam etmesidir. Dolayısı

ile medya var oldukça medya tarafından yayınlanan içerikler, medyada yayınlanan haberle de var olacaktır. Medyada her ne olursa olsun, medya her ne içerik üretirse üretsin toplumsal hayatın önemli bir parçası olarak okuyucu ve izleyicilerine ulaşmaya devam edecektir. Fakat medya ve içerikleri, medyanın bireyler üzerinde etkileri tartışılmaya devam edecektir. Dolayısı ile medya okuryazarlığı konusu da farklı boyutları ile yapılacak çalışmalara konu olmaya devam edecektir. Bu noktadan hareketle medya okuryazarlığı eğiminin yaygınlaştırılmasının oldukça önemli olduğu görülmektedir. Medya okuryazarlığı ile ilgili nitelikli araştırmalar bu eğitimin önemini vurgulaması açısından değerli görülmektedir. Diğer taraftan medyanın gelişimi ile değişimi söz konusu olsa da içerik olarak yalan haberlerin medya içerisinde yayılımının devam etmesi ve özellikle manipülasyon amaçlı paylaşımların değişmesinin mümkün olmayacağı ön görülmektedir. Bu noktada da yine medya okuryazarlığı, haber okuryazarlığı gibi eğitimler ile bireyler kendilerini bu içeriklere karşı bilinçli konuma getirmeleri gerekmektedir. Araştırmacılar için bu konulara odaklanarak kapsamlı çalışmalar yürütmeleri tavsiye edilebilir. Özellikle medya ve toplumun ayrılmaz bir ilişkisinin olduğu düşünülürse hem toplumsal hem de bireysel çıkarlar için bu konular araştırmacıların ilgisini çekmeye devam edeceği düşünülmektedir.

Medya okuryazarlığı konusu başka konular ile de ilişkilendirilerek derinlemesine ve kapsamlı çalışmalar yapılması sosyal bilimler alanına katkı sunarak pratikte de karşılığını bulabilir ve özellikle bu çalışma için farklı araştırma yöntemleri ile desteklenerek örneklem daha da genişletilebilir. Yalan haberin algılanması ve doğrulanması noktasında da farklı disiplinlerden faydalanılarak yeni çalışma konularının çalışılması alanı daha da zenginleştireceği düşünülmektedir. Medya okuryazarlığının medyaya güven ile ilişkilendirilmesi noktasında yetişkinler yeni bulguların elde edilmesini sağlayabilir. Sadece medya okuryazarlığı değil haber okuryazarlığına odaklanılarak yeni medya ortamının habere ulaşma davranışları üzerindeki durumu yeni bir çalışma konusu olarak düşünülebilir. Özellikle yeni medya okuryazarlığı da spesifik olarak haberle ilişkilendirilerek araştırılması oldukça güncel bir çalışma olarak yeni veriler ortaya konulmasını sağlayabilir.

Etik Beyan

"Medya Okuryazarlığının Medya Ön Yargıları, Yalan Haber Paylaşımı ve Medya Haberlerine Güven Üzerindeki Etkileri" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli olan etik kurul izinleri Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu'ndan, 15.06.2023 tarih ve 537574 sayılı toplantısında alınmıştır. Çalışma, etik ilke ve kurallara uygun olarak dizayn edilmiştir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Effects of Media Literacy on Media Bias, Sharing of Fake News, and Trust in Media News*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. In addition, permission was obtained from the Selçuk University Faculty of Communication Sciences Ethics Committee (Date: 15/06/2023 and Decision no: 537574) to conduct the research.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Araştırmaya ilk yazarın katkı oranı yüzde 70, ikinci yazarın ise yüzde 30'dur. İlk Yazar: Araştırmanın literatür incelemesi, verilerin toplanması, sahada uygulamanın yapılması, verilerin analizi ve raporlaştırılmasında görev almıştır. İkinci Yazar: Çalışmanın koordine edilmesi ve verilerin analizinde görev almıştır.

Statement of Contribution Rate of Researchers

The contribution rate of the first author to the research is 70 percent, and the second author is 30 percent. First Author: He took part in the literature review, data collection, field application, data analysis and reporting of the research. Second Author: He took part in the coordination of the study and analysis of the data.

Çatışma Beyanı

Yazarların çalışma süresince herhangi bir kurum veya kişi ile bir çıkar çatışması yoktur.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Not

Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalında kabul edilen *Yalan Haber ve Medya Okuryazarlığı: Medya Okuryazarlığının Medya Önyargıları Üzerindeki Etkileri* isimli doktora tezinden üretilmiştir.

Kaynakça

Aggarwal, S., Sinha, T., Kukreti, Y., ve Shikhar, S. (2020). Media bias detection and bias short term ımpact assessment. *Array*, 6, 100025. https://doi.org/10.1016/j.array.2020.100025.

Apuke, O. D., ve Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: Modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Informatics*, *56*, 101475. https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475.

Aydın Varol, F. B. (2023). Medya Okuryazarlığı. İçinde F. B. Aydın Varol (Edt.), *21.* Yüzyılda Okuryazarlık ve İletişim (ss. 8-23). Literatürk Academia Yayınları.

Babad, E., Peer, E., ve Hobbs, R. (2012). Media literacy and media bias: Are media literacy students less susceptible to nonverbal judgment biases?. *Psychology of Popular Media Culture*, *2*(1), 97-107. https://doi.org/10.1037/a0028181

Balcı, Ş., ve Bekiroğlu, O. (2014). Medyanın kritik ve süreğen dönemeci: Üniversite öğrencilerinin gözünden medya haberlerinin güvenilirliği. Selçuk İletişim, *2*(8), 192-217. https://doi.org/10.18094/si.98299.

Buckingham, D. (2019). Teaching media in a 'post-truth' age: Fake news, media bias and the challenge for media literacy education. *Published in Cultura Educación*, *31*(2), 1-19. https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1603814

Chadwick, A., ve Vaccari, C. (2019). News sharing on UK social media: Misinformation, disinformation, and correction. Loughborough University. *Report*. https://hdl. handle.net/2134/37720

Devrim, N. (2023). *Yeni medya okuryazarlığı düzeyinin sosyal medyaya güven algısına etkisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Ankara.

Eberl, J. M., Boomgaarden, H. G., ve Wagner, M. (2017). One bias fits all? three types of media bias and their effects on party preferences. *Communication Research*, *8*(44), 1125-1148. https://doi.org/10.1177/0093650215614364.

Girgin, A., ve Özay, S. (2013). Haber Yazmak. Der Yayınları.

Gürdal Tamdoğan, O. G. (2006). Bilgi Üretiminde Yazın Ürünleri ve Kütüphaneler: Atıfların Tespiti ve Analizi Yoluyla Araştırma*1*. *Türk Kütüphaneciliği*, 23 (2), 254-277.

Han, R., Xu, J., & Pan, D. (2022). How Media Exposure, Media Trust, and Media Bias Perception Influence Public Evaluation of COVID-19 Pandemic in International Metropolises. *Public Health*, 7(19), 3942. https://doi.org/10.3390%2Fijerph19073942.

Hamborg, F. (2022). Media Bias Analysis. F. Hamborg içinde, Revealing Media Bias in News Articles (s. 11-53). Springer.

Hooper, D., Coughlan, J., ve Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research*, *6*(1), 53-60. https://doi.org/10.21427/D7CF7R

Hu, L., ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, *6*(1),1-55. https://doi.org/10.1080/10705519909540118

İlhan, E., ve Aydoğdu, E. (2015). Medya okuryazarlığı dersi ve yeni medya algısına etkisi, *Erciyes İletişim Dersi*, *4*(1), 52-68, https://doi.org/10.17680/akademia.v4i1.5000033736

Ispinar Akcayoglu, D., ve Dislen Daggol, G. (2019). A Study on the Perceived Media Literacy Level of Preparatory Year Students in a University Setting. *Contemporary Educatıonal Technology*, *10*(4), 416-429.

Karaman, K., ve Karataş, A. (2009). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri, *Ilköğretim Online* (Cilt 8).

Kaya Güler, E. (2023). Medya okuryazarlığının temel konu ve kavramları. İçinde F. B. Aydın Varol (Edt) *21. Yüzyılda Okuryazarlık ve İletişim*. Literatürk Academia Yayınları.

Keefe, E. B., ve Copeland, S. R. (2011). What is literacy? the power of a definition. *Research & Practice for Persons with Severe Disabilities*, 3(36), 92-99. https://doi.org/10.2511/027494811800824507.

Khan, M. L., Idris, I. (2019). Recognise misinformation and verify before sharing: A reasoned action and ınformation literacy perspective. *Behaviour and Information Technology*, *38*(1), 1194-1212, https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1578828

Klurfeld, J., ve Howard., S. (2014). News literacy: Teaching the ınternet generation to make reliable ınformation choices. https://www.brookings.edu: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/Klurfeld-SchneiderNews-Literacyupdated-7814.pdf adresinden alındı

Koç, E. (2016). *Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitimi için bir uygulama önerisi maltepe üniversitesi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Köktener, A. (2019). İletişim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlık algıları ve medya okuryazarlığı eğitimine yaklaşımları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 227-242.

Kurt, A. (2010). Medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişki: kavramsal bir bakış. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *2*, 20-34. https://doi.org/10.20875/sb.92802.

Meer, T. G., ve Hameleers, M. (2022*).* I knew it, the world is falling apart! combatting a confirmatory negativity bias in audiences' news selection through news media literacy ıntervention. *Dıgıtal Journalısm*,, *10*(3), 473–492.

Önal, H. I. (2007). Medya okuryazarlığı; kütüphanelerde yeni çalışma alanı*, Türk Kütüphaneciliği*, *3*(21), 35-359.

Öncel Taşkıran, N. (2017). *Medya okuryazarlığına giriş*. Umuttepe Yayınları.

Paul, R., ve Elder, L. (2008). How to Detect Media Bias Propaganda In National and World News. United Kingdom: Foundation for Critical Thinking.

Ramonet, I. (2000). *Medyanın Zorbalığı*. Aykut Derman (Çev.), Om Yayınevi.

Simon, D., Kriston, L., Loh, A., Spies, C., Scheibler, F., Wills, C., ve Härter, M. (2010). Confirmatory factor analysis and recommendations for improvement of the Autonomy-Preference-Index *(API). Health Expectations*, *13*(3), 234-243. https://doi. org/10.1111/j.1369-7625.2009.00584.

Sivritepe, S. (2023). Bilgilendirme formu olarak haberin okuryazarlık açısından değerlendirilmesi. İçinde F. B. Aydın Varol (Edt.), *21. Yüzyılda Okuryazarlık ve İletişim* (ss. 87-106). Konya: Literatürk Academia Yayınları.

Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Pearson.

Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N., Alrasheedy, M. (2019). Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services, 51*, 72-82, https:// doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.026

Trussler, M., & Soroka, S. (2014). Consumer demand for cynical and negative news frames. *The International Journal of Press/Politics*, *19*(3), 360-379.

Tully, M., Emily, V. K., & Smithson, A. B. (2018). News Media Literacy, Perceptions Of Bias, And İnterpretation Of News. Journalism, *2*(21), 1-18. https://doi.org/10.1177/14648849188052dogg

Tutal Cheviron, N. (2006). Medya okuryazarlığı: Erişim sorunu, seyirleşme ve sansasyonelleşme. T. N. Melda Cinman Şimşek içinde, *Medya Okuryazarlığı* (ss. 183-200). Pales Yayınları.

Vraga, E. K., & Tully, M. (2015). Media literacy messages and hostile media perceptions: processing of nonpartisan versus partisan political information. *Mass Communication and Society*, *4*(18), 422-448. https://doi.org/10.1080/15205436.2014.1001910.

EXTENDED ABSTRACT

Today, with the development of digitalization and social media, there is an increase in the sharing of fake news. At this point, individuals have become unable to distinguish between fake news and real content. On the one hand, fake content that has become quite ordinary negatively affects trust in the media, while on the other hand, it causes individuals to develop prejudice against the media. At this point, media literacy education is considered to be very important in the fight against fake news in terms of the relationship that individuals will establish with the media and news. Because the goal of media literacy is to help individuals interpret what they see or hear in the media and become competent and critical literates in the face of media content (Ispinar Akcayoglu and Dislen Daggol, 2019). The media competence and critical perspective developed in the face of the media improve media analysis and can sometimes lead to an increase in media bias and media distrust. On the other hand, the negative and definite information about the media of individuals who develop their awareness with topics such as media literacy and news literacy can push individuals to be even more prejudiced. When the results of this study are examined, there is a significant difference in the media literacy level and fake news sharing on social media according to the gender of university students. According to the descriptive statistics results, it is noteworthy that women's media literacy levels are higher than men. It was determined that men have a higher average than women in sharing fake news on social media. No significant difference was observed between genders in terms of media prejudice levels and trust in media news. According to the Simple Linear Regression Analysis results of the study, it was observed that the media literacy level has a positive and significant effect on media bias. In other words, it is seen that bias towards the media increase as the participants take the media literacy course. It can be interpreted that individuals who improve themselves against the media and have high awareness with media literacy education approach the media more critically. The study conducted by Köktener (2019) showed that the media literacy course of communication faculty students provides individuals with a critical perspective by raising awareness of the fictionality of media messages and the industrial functioning of the media. According to another result of the study, media literacy education has a negative significant effect on the sharing of fake news. In other words, as the media literacy level of the university students participating in the study increases, the sharing of fake news on social media tends to decrease. It can be said that individuals become more conscious of media texts and can analyze media content with a more critical perspective with media literacy education. On the other hand, this study points to the negative significant effect of media literacy education on the level of trust in media news. In other words, as the level of media literacy increases, a decrease in the level of trust in media news is evident. When the results obtained are examined, media literacy education has negatively affected individuals' trust in media news. The media literacy education that individuals receive can cause an erosion in trust relationships by allowing them to

approach the media more consciously. Media tools change over time and are replaced with new ones as they change and develop. However, what does not change is the existence of the media and its continuing appeal to society. Therefore, as long as the media exists, the content published by the media will also exist with the news published in the media. Whatever happens in the media, whatever content the media produces, it will continue to reach its readers and viewers as an important part of social life. However, the media and its content, and the effects of the media on individuals will continue to be discussed. Therefore, the issue of media literacy will continue to be the subject of studies to be conducted with different dimensions. From this point on, it is seen that the dissemination of media literacy education is quite important. Qualified research on media literacy is seen as valuable in terms of emphasizing the importance of this education. On the other hand, although there is a change with the development of the media, it is foreseen that the spread of fake news in terms of content in the media and especially the sharing for manipulation purposes will not be possible. At this point, individuals need to make themselves conscious of these contents with education such as media literacy and news literacy. It can be recommended for researchers to conduct comprehensive studies by focusing on these issues. Especially considering that media and society have an inseparable relationship, it is thought that these issues will continue to attract the attention of researchers for both social and individual interests. By associating the subject of media literacy with other subjects, in-depth and comprehensive studies can contribute to the field of social sciences and find a practical equivalent, and especially for this study, the sample can be expanded by supporting it with different research methods. It is thought that studying new study topics by utilizing different disciplines in terms of perceiving and verifying fake news will further enrich the field.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

TR33 ve TR81 Bölgelerinde Yeşil Dönüşüm ve Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Karşılaştırmalı Bir Analizi

Nermin KİŞİ[1]

Öz

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin TR33 (Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, Uşak) ve TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın) bölgelerinde yeşil dönüşüm tedbirlerini ve potansiyel yeşil insan kaynakları yönetimi (YİKY) uygulamalarını incelemektir. Çalışma, yeşil dönüşüm süreçlerinin bölgesel düzeyde nasıl şekillendiğini ve YİKY uygulamalarının bu dönüşüme nasıl katkı sağlayabileceğini anlamayı hedeflemektedir. Bu kapsamda, TR33 ve TR81 bölgelerindeki kalkınma ajansları tarafından hazırlanan güncel bölge planları, doküman analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Bulgular, yeşil dönüşüm tedbirlerinin bölgesel dinamiklere göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. TR33 bölgesi, hayvancılık ve tarıma dayalı sanayide sürdürülebilirlik ve doğal kaynakların etkin kullanımıyla öne çıkarken, TR81 bölgesi enerji yoğun sektörlerde kaynak verimliliği ve çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine odaklanmaktadır. Ayrıca, çalışma, yeşil dönüşüm süreçlerinin etkinliğini artırmak amacıyla, yeşil işe alım, yeşil eğitim ve geliştirme, yeşil performans değerlendirme, yeşil ücret ve ödül yönetimi ve yeşil iş sağlığı ve güvenliği uygulamaları önermektedir.

Anahtar Kelimeler: Bölgesel Kalkınma, Sürdürülebilirlik, Yeşil Dönüşüm, İnsan Kaynakları

A Comparative Analysis of Green Transformation and Green Human Resources Management Practices in TR33 and TR81 Regions

Abstract

The aim of this study is to examine green transformation measures and potential green human resources management (GHRM) practices in Turkey's TR33 (Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, Uşak) and TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın) regions. The study seeks to understand how green transformation processes are shaped at the regional level and how GHRM practices can contribute to this transformation. In this context, the current regional plans prepared by the development agencies in the TR33 and TR81 regions have been analyzed using the document analysis method. The findings reveal that green transformation measures vary based on regional dynamics. The TR33 region stands out for its focus on sustainability and the efficient use of natural resources in livestock and agriculture-based industries, while the TR81 region focuses on resource efficiency and environmental sustainability goals in energy-intensive sectors. Furthermore, the study recommends green recruitment, green training and development, green performance appraisal, green compensation and reward management, and green occupational health and safety to enhance the effectiveness of green transformation processes.

Keywords: Regional Development, Sustainability, Green Transformation, Human Resources

Atıf İçin / Please Cite As:

Kişi, N. (2025). TR33 ve TR81 bölgelerinde yeşil dönüşüm ve yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamalarının karşılaştırmalı bir analizi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1186-1202. doi:10.33206/mjss.1653794

Geliş Tarihi / Received Date: 08.03.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 21.05.2025

[1] Doç. Dr. - Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Çaycuma Meslek Yüksekokulu, ncelik@beun.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-6247-5445

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Çevresel koşullar dünya genelinde hızla kötüleşmekte ve bu olumsuz etkiler bazı bölgelerde daha ciddi boyut kazanmaktadır. İklim krizi, her geçen gün daha belirgin hale gelerek küresel bir tehdit oluşturmaktadır. Son yıllarda, orman yangınları, seller ve kasırgalar gibi doğal afetlerin sıklığı artmaktadır. Bu olaylar, buzulların hızla erimesi ve deniz seviyelerinin yükselmesiyle daha da derinleşmektedir. Söz konusu afetler çevresel sorunların yanı sıra, ekonomik ve toplumsal zorlukları da beraberinde getirmektedir. Gıda, sağlık, enerji ve güvenlik gibi temel alanlarda artan çevresel riskler, ulusal ekonomiler ve toplumların sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir (Global Green Growth Institute, 2019, s. 6).

Ekonomik, toplumsal, çevresel ve sağlıkla ilgili krizler, dünya çapında ekonomileri derinden etkileyerek köklü yapısal değişimlerin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu sürecin önemli bir parçası olan yeşil dönüşüm, ulusal ekonomileri daha modern, rekabetçi ve sürdürülebilir sistemlere dönüştürmeyi hedeflemektedir. Yeşil dönüşüm, çevresel etkileri azaltırken ekonomik büyümeyi destekleyen, doğal kaynakların verimli kullanımı, çevre dostu teknolojilerin geliştirilmesi ve toplumsal farkındalığın artırılması gibi çeşitli unsurları bir araya getiren kapsamlı bir süreçtir. Bu süreç, yalnızca ekonomik sistemlerin modernleşmesini sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirlik ve toplumsal dönüşümün uyum içinde ilerlemesini de sağlamaktadır (Cheba vd., 2022, s. 1). Yeşil dönüşüm, adil ve kapsayıcı bir yaklaşım benimseyerek, iklim nötr, kaynak verimli ve yenilenebilir enerjiye dayalı döngüsel bir ekonomiye geçişi desteklerken, çevrenin korunması ve iyileştirilmesi için güçlü bir temel oluşturmaktadır (European Union, 2022, s. 35).

Günümüzde, birçok ülke yeşil dönüşüm sürecinde önemli ilerlemeler kaydetmektedir. Bu ilerlemeler, ekonomik yapılar, sektörler, kentsel ve kırsal alanlarda belirgin bir şekilde gözlemlenmektedir. 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi ve Paris İklim Anlaşması gibi çevresel düzenlemeler geniş çapta kabul edilmektedir. Ülkeler, yeşil büyüme stratejileriyle, daha sürdürülebilir bir geleceğe ulaşmayı hedefleyen kapsamlı bir dönüşüm sürecine girmektedir (Global Green Growth Institute, 2019, s. 6). Çevresel tehditler nedeniyle, işletmelerin yeşil dönüşüm süreçlerine uyum sağlaması ve karbon ayak izlerini azaltmaya yönelik hedefler belirlemesi gerekmektedir. Yeşil dönüşümün başarısı, çalışanların bu sürece aktif katılmasına bağlıdır (Siyambalapitiya vd., 2018, s. 550). Bu bağlamda, insan kaynakları yöneticileri, işletme hedeflerine ulaşmanın yanı sıra, Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi (YİKY) uygulamalarıyla çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine de katkı sağlamalıdır. YİKY, yeşil iş tasarımı, işe alım, eğitim, ödüllendirme ve performans yönetimi gibi süreçleri kapsayarak çevre dostu dönüşümü desteklemektedir (Adekoya vd., 2023, s. 17). Bu strateji, çalışanlara çevre bilincini kazandırmayı, yeşil hedeflere uygun iş rollerini geliştirmeyi ve sürdürülebilirlik ölçütleriyle performansı değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Böylece, YİKY, sosyal sorumluluk bilinci, kaynak verimliliği ve maliyet tasarrufunu artırarak, hem örgütsel sürdürülebilirliği hem de çevresel sürdürülebilirliği güçlendirmektedir (Devi vd., 2024, ss. 1-2).

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin TR33 (Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, Uşak) ve TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın) bölgelerinde yeşil dönüşüm tedbirlerini ve potansiyel YİKY uygulamalarını incelemektir. Bu amaca ulaşmak için, bölgelerin kalkınma ajanslarının hazırladığı güncel bölge planları doküman analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmada, bölgesel ekonomik yapılar ve sektörel çeşitlilik bağlamında, yeşil dönüşümün nasıl farklılaştığı ve YİKY uygulamalarının bu süreçlere nasıl entegre edilebileceği tartışılmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada "TR33 ve TR81 bölgelerinde yeşil dönüşüm tedbirleri nelerdir?" ve "TR33 ve TR81 bölgelerinde yeşil dönüşüm tedbirlerine katkı sağlayabilecek potansiyel YİKY uygulamaları neler olabilir?" temel sorularına yanıt aranmaktadır.

TR33 bölgesinde hayvancılık ve tarıma dayalı sanayiler, TR81 bölgesinde ise enerji yoğun sektörler ağırlıklı olduğundan, her iki bölgedeki yeşil dönüşüm tedbirleri ve YİKY uygulamalarının farklı öncelikler doğrultusunda şekillenmesi beklenmektedir. Bu açıdan, araştırma, bölgesel düzeyde yeşil dönüşümün ve YİKY'nin stratejik rolünü analiz ederek teorik ve pratik katkılar sunmaktadır. Teorik açıdan, bu çalışma, yeşil dönüşüm ve potansiyel YİKY uygulamalarını bölgesel farklılıklar ışığında ele alarak literatüre katkılar sunmaktadır. Pratik açıdan ise, yerel yönetimler ve şirketler için belirlenen yeşil dönüşüm tedbirleriyle YİKY'nin bu süreçlere nasıl katkı sağlayabileceğini ortaya koymaktadır.

Çalışmanın içeriğinde, öncelikle literatür taraması yoluyla yeşil dönüşüm ile sürdürülebilir kalkınma arasındaki ilişki ve insan kaynakları yönetimi (İKY) uygulamalarının bu dönüşüm sürecindeki rolü incelenmektedir. Bunu takiben, araştırmanın yöntemine dair açıklamalar yapılmaktadır. Sonraki bölümde, TR33 ve TR81 bölgelerinin ekonomik yapıları ve yeşil dönüşüm tedbirleri üzerine elde edilen bulgular sunulmaktadır. Ardından, yeşil dönüşüm tedbirlerinin etkin bir şekilde uygulanmasına katkı sağlayabilecek

YİKY uygulamaları önerilmektedir. Çalışma, temel bulguların ve sınırlılıkların ele alındığı sonuç bölümüyle tamamlanmaktadır.

Kavramsal Çerçeve ve Literatür Taraması

Yeşil Dönüşümün Sürdürülebilir Kalkınma ile İlişkisi

Geçmişte ekonomik büyüme, doğal kaynakların sınırsız olduğu varsayımına dayalı olarak şekillenmişken, bu yaklaşım günümüzde hammadde kıtlığı ve artan fiyatlarla kendini göstermektedir. Bu durum, doğal kaynakların tükenmesi tehdidini beraberinde getirmekte ve çevresel sürdürülebilirliği ön planda tutan ekonomik modellerin benimsenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, yeşil ekonomiye geçiş ihtiyacı giderek daha belirgin bir hal almaktadır. Yeşil ekonomi, doğal kaynakların etkin ve verimli bir şekilde yönetilmesini, çevre dostu ekonomik araçların kullanılmasını, yenilikçi projelerin desteklenmesini, su ve atık yönetimi politikalarının iyileştirilmesini ve sürdürülebilir üretim ile tüketim modellerinin geliştirilmesini kapsamaktadır. Bu unsurlar, ekonomik kalkınmayı çevresel sürdürülebilirlik ile uyumlu hale getiren yeşil dönüşüm sürecinin temel bileşenlerini oluşturmaktadır (Cheba vd., 2022, s. 2). Yeşil dönüşüm, toplumu sürdürülebilir kalkınmaya yönlendirmeyi ve iklim değişikliğiyle mücadele etmeyi amaçlayan bir strateji olarak, çevresel, ekonomik ve toplumsal boyutları bir arada ele alan kapsamlı bir kalkınma yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir (Fukui vd., 2021, s. 476).

Dünyanın farklı bölgelerindeki ülkeler, çevresel sorunların giderek artan etkileri, doğal kaynakların korunmasının önemi ve sürdürülebilir sosyal kalkınma hedefleri doğrultusunda, uzun vadeli refahlarını güvence altına almak için mevcut stratejilerini gözden geçirmektedir. Geleneksel ekonomik büyüme modelinin, doğal kaynakların tükenmesine ve toplumsal gelişmenin engellenmesine yol açtığını fark eden birçok ülke, çevresel ve sosyal sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla yeşil büyüme modeline yönelmektedir. Yeşil büyüme modeli, çevresel koruma ve kaynak verimliliği ile ekonomik kalkınma ve sosyal refahı artırarak, uzun vadeli sürdürülebilirliği hedefleyen bütünleşik bir yaklaşımdır (Global Green Growth Institute, 2019, s. 6). Yeşil sürdürülebilirliğe artan vurgu, iklim değişikliğiyle mücadele ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etme yönündeki küresel çabalarla yakından ilişkilidir. Sürdürülebilir kalkınma, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları dengede tutarak, mevcut ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, yeşil enerjiye geçiş ve yeşil teknolojilerin benimsenmesi, sürdürülebilir kalkınmanın temel taşlarını oluşturmaktadır. Özellikle güneş, rüzgâr ve hidroelektrik enerjisi gibi yenilenebilir kaynaklar, fosil yakıtların yerine geçerek karbon salınımını azaltmakta ve çevresel etkileri en aza indirmektedir. Ayrıca, temiz üretim yöntemleri ve sürdürülebilir teknolojiler, endüstriyel süreçlerin çevresel etkilerini iyileştirerek ekosistemlerin korunmasına katkı sağlamaktadır. Bu sürdürülebilirlik yönelimi, teknolojik yeniliklerle güçlenmekte, yenilenebilir enerjiyi teşvik eden hükümet politikaları ve toplumda çevresel sorunlara yönelik artan farkındalıkla desteklenmektedir (Agan, 2024).

İklim değişikliği ile kalkınma arasındaki güçlü ilişki, küresel Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA)'na ulaşmayı kaçınılmaz bir zorunluluk haline getirmiştir. Bu bağlamda, 2015 yılında kabul edilen Paris İklim Anlaşması ve 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi, düşük karbonlu ve iklime dayanıklı kalkınma modellerinin benimsenmesini hedeflemektedir. Bu küresel girişimler çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla birbirini tamamlayan bir yaklaşım sunmaktadır (Iacobuta vd., 2022, s. 1). Benzer şekilde, Avrupa Yeşil Mutabakatı, 2050 yılına kadar Avrupa'nın iklim nötr bir kıta olmasını hedeflemektedir. Bu strateji, sera gazı salınımlarını sıfıra indirerek çevresel sürdürülebilirliği teşvik etmeyi ve uzun vadeli ekonomik refahı artırmayı amaçlamakta ve SKA'ya önemli katkılar sağlamaktadır (Dolge ve Blumberga, 2021, s. 1). 2015 yılında Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilen SKA'lar, ülkelerin kalkınma süreçlerini dönüştürmek için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. SKA'ların kapsayıcı bir şekilde uygulanması, ekonomik, sosyal ve çevresel gelişimin dengeli bir şekilde sağlanmasını mümkün kılmaktadır. Bu süreç, politika geliştirmede disiplinler arası bir yaklaşıma geçişi zorunlu kılmaktadır. Aynı zamanda, SKA'lar küresel toplumun hedeflediği yeşil dönüşüm için stratejik ve yönlendirici bir yol haritası oluşturmaktadır (Fukui vd., 2021, ss. 476-477).

Yeşil dönüşüm, sürdürülebilir ekonomik ve sosyal kalkınmayı destekleyen kritik bir süreçtir. Uzun vadeli kalkınma açısından, mevcut "yüksek girdi, yüksek tüketim ve düşük verimlilik" modelinin değiştirilmesi gerekmektedir. Bu dönüşüm, ekonomi, kaynaklar ve çevre arasındaki ilişkiyi daha verimli yönetmeyi ve yeni bir kalkınma modelini benimsemeyi zorunlu kılmaktadır. Yeşil kalkınma, düşük karbon salınımı, doğal dengeyi koruma ve kaynak tüketimini azaltma gibi çevre odaklı özelliklere sahiptir. Bu özellikler, insan, toplum ve doğa arasındaki uyumlu bir gelişimi destekleyerek, toplumun daha sürdürülebilir bir yapıya dönüşmesini sağlamaktadır. Geleneksel kalkınma modelinin yeşil dönüşümü ile

karbon salınımları azalmakta, kaynak maliyetleri düşmekte ve sürdürülebilir kalkınma desteklenmektedir (Gu vd., 2019, s. 14).

Yeşil Dönüşüm Sürecinde İnsan Kaynakları Yönetiminin Rolü

Son yıllarda, iş dünyasında çevre dostu yaklaşımların benimsenmesinin ve çevre yönetim tekniklerinin uygulanmasının önemi, giderek artan bir farkındalıkla vurgulanmaktadır. Küreselleşen iş dünyası, geleneksel ekonomik yapıdan uzaklaşarak, iş süreçlerinin yeşil boyutlarını keşfetmeye yönelik kapasite temelli modern bir ekonomi anlayışına geçiş yapmaktadır (Ahmad, 2015, s. 1). Yeşil dönüşümün istihdam yapısında önemli değişimlere yol açması beklenirken, bu etkileri dengelemek ve başarılı bir şekilde yönetmek için etkili politikalara ihtiyaç vardır. Yeni iş olanaklarının sınırlı olması öngörülse de, enerji sektörü gibi bazı alanlarda iş gücü talebinde belirgin değişimler yaşanabilir. Ekonominin genelinde ise beceri gereksinimlerinde kademeli ancak yaygın değişimler gözlemlenebilir. Bu bağlamda, gelir dağılımı üzerindeki etkilerin adil bir şekilde yönetilmesi ve geçiş sürecinin desteklenmesi için iş gücü piyasası tepkilerinin ve yapısal değişimlerin doğru bir şekilde tahmin edilmesi kritik öneme sahiptir. Ayrıca, yeşil büyümenin beceri talepleri ve belirli becerilerle ilişkili ücret farklılıkları üzerine yapılacak analizler, yeşil dönüşümün ekonomik büyüme ve istihdam potansiyelinin en verimli şekilde kullanılmasına katkı sağlayacaktır (OECD, 2015, s. 64).

Çevresel sürdürülebilirlik girişimlerinin başarısı, çalışanların çevre dostu davranışlarına dayanmaktadır. YİKY, örgütlerin çevreyi koruma ve sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarını sağlamak için çevre dostu uygulamaları hayata geçiren bir yaklaşımdır (Saeed vd., 2019, s. 424). YİKY, yeşil işe alım, yeşil eğitim ve geliştirme, yeşil performans değerlendirmesi, yeşil ücret ve ödül yönetimi, yeşil iş sağlığı ve güvenliği gibi süreçleri içermektedir (Arora ve Kaul, 2020, ss. 61-63). Bu süreçler, yeşil dönüşümün başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesinde stratejik bir araç olarak önemli bir rol oynamaktadır. YİKY, örgütlerin çevre dostu uygulamaları benimseyerek çalışanları enerji tasarrufu yapmaya, geri dönüşüm oranlarını artırmaya ve atık yönetimini iyileştirmeye teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu tür uygulamalar, uzun vadede karbon salınımlarını azaltma, su kirliliğini önleme ve enerji tüketimini düşürme gibi önemli çevresel faydalar sağlayabilir. Bununla birlikte, YİKY'nin çevre üzerindeki etkisi genellikle dolaylı, uzun vadeli ve değişken sonuçlar doğurmaktadır (Renwick, 2018). Bu etkiler zaman içinde daha belirgin hale gelmekte ve çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamak için örgütlerin sürekli çaba göstermesini gerektirmektedir.

Çevresel bozulma ve sosyal sorumluluk konularındaki artan endişeler, İKY'nin örgütlerin sürdürülebilirliği teşvik eden temel bir güç olarak konumlanmasına yol açmıştır (Bajpai ve Tripathi, 2023, ss. 36). Bu bağlamda, YİKY, çevresel sürdürülebilirliği teşvik eden ve çalışanların çevresel yetkinliklerini artırarak onları iklim değişikliğiyle mücadelede aktif birer katılımcı haline getiren bir strateji olarak öne çıkmaktadır. Bu strateji, örgütlerin sürdürülebilirlik amaçlarına ulaşmalarını önemli ölçüde desteklemektedir. SKA'lar ile doğrudan ilişkili olan YİKY, hem çevresel hem de toplumsal faydalar sunmaktadır. Özellikle, YİKY, SKA 4 (nitelikli eğitim) amacını doğrudan desteklemektedir. Çalışanların çevresel farkındalıklarını artırarak ve çevre dostu davranışlar benimsemelerini sağlayarak, SKA 12'yi (sorumlu üretim ve tüketim) kısmen desteklemektedir. Ayrıca, YİKY, SKA 8'e (insana yakışır iş ve ekonomik büyüme) ulaşılmasına zemin hazırlamaktadır. YİKY'nin bir diğer önemli işlevi, çalışanların çevresel konuları iş uygulamalarına dâhil etmelerini sağlamaktır. Bu işlev, SKA 9'a (sanayi, yenilikçilik ve altyapı) katkıda bulunmaktadır. Sonuç olarak, YİKY, sanayi faaliyetlerinden kaynaklanan çevresel zararları azaltmak ve çevresel bozulmayı önlemek için kurumların gerekli önlemleri almasına olanak tanımaktadır (Paille, 2022, ss. 3-4).

Literatürdeki çalışmalar, YİKY'nin yeşil dönüşüm sürecindeki kritik rolünü farklı açılardan ele almaktadır. Henzelmann ve Hofinger (2011), yeşil dönüşümün iş gücü piyasasındaki yüksek nitelikli çalışanların önemini artırdığını vurgulamışlardır. Siyambalapitiya vd. (2018), YİKY'nin örgütsel performansı artırmada etkili bir yaklaşım olduğunu belirtmişlerdir. Cahyadi vd. (2023) YİKY ile çalışanların çevre dostu davranışları arasındaki ilişkiyi araştırarak, YİKY'nin bu davranışları artırmada önemli bir rol oynadığını ifade etmişlerdir. Ahmad vd. (2023) ise yeşil işe alım ve eğitim uygulamalarının, yeşil rekabet avantajı sağlamak için gerekli olduğunu ortaya koymuşlardır. Altassan (2024), YİKY uygulamalarının sürdürülebilir performans üzerinde olumlu etki yarattığını ve bu etkinin yeşil yenilik ile yeşil dönüşüm liderliği aracılığıyla pekiştiğini göstermiştir. Ayrıca, YİKY ve yeşil dönüşüm liderliğinin, çalışanların yeşil davranışları üzerinden sürdürülebilir performansa anlamlı bir katkı sağladığını tespit etmiştir. Devi vd. (2024), YİKY'nin örgütsel sürdürülebilirlik üzerindeki doğrudan etkisini vurgulamış ve yenilikçi İKY uygulamalarının örgütlerin çevresel hedeflerini desteklemedeki önemine dikkat çekmişlerdir. Mukherjee ve

Sanyal (2024), yeşil dönüşüm sürecinde beceri açıkları ve adaletsizliklerin önemli engeller teşkil edebileceğini belirtmişler ve adil bir geçiş sağlamak için yeni becerilerin kazandırılması, çeşitlilik ve kapsayıcılığın teşvik edilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Ayrıca, esnek çalışma düzenlemeleri, yaşam boyu öğrenme ve insan odaklı teknoloji yaklaşımlarının bu süreçteki önemine dikkat çekmişlerdir.

Nitekim yeşil dönüşüm sürecinde YİKY'nin stratejik bir araç olarak kullanılması, yalnızca örgütsel sürdürülebilirliği güçlendirmekle kalmayıp, aynı zamanda çalışanların yeşil davranışlarını teşvik ederek çevresel hedeflerin gerçekleştirilmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu doğrultuda, YİKY uygulamalarının etkinliğini artırmak ve bu uygulamaları yeşil dönüşüm liderliğiyle uyumlu hale getirmek, şirketlerin rekabet avantajı elde etmelerinde ve sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşmalarında kritik bir rol oynamaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada, TR33 ve TR81 bölgelerinde uygulanabilecek yeşil dönüşüm tedbirleri ve potansiyel YİKY uygulamaları doküman analizi yöntemiyle ve karşılaştırmalı bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Bu bölgelerin seçilmesinin temel nedeni, ekonomik yapılarındaki belirgin sektörel farklılıkların, yeşil dönüşüm ve YİKY uygulamalarının nasıl şekillendiğini incelemek için anlamlı bir karşılaştırma zemini sunmasıdır. Genel olarak, TR33 bölgesi, hayvancılık ve tarıma dayalı sanayi faaliyetlerinin yaygın olduğu; doğal kaynak kullanımının, çevresel sürdürülebilirlik bilincinin ve ekosistemle uyumlu üretim süreçlerinin ön planda bulunduğu bir ekonomik yapıya sahiptir. Buna karşılık, TR81 bölgesi demir-çelik ve madencilik gibi enerji yoğun ve çevresel etkileri yüksek sanayi kollarının ağırlıkta olduğu bir yapı sergilemektedir. Bu yapısal farklılıklar, her iki bölgedeki işletmelerin yeşil dönüşüm stratejilerini nasıl oluşturduğunu ve bu stratejilerin olası YİKY uygulamalarına nasıl yansıyabileceğini analiz etme açısından önemli bir fırsat sunmaktadır.

Verilerin Toplanması

Aralık 2024 tarihinde gerçekleştirilen çalışmada, doküman analizi yöntemi kullanılarak, TR33 ve TR81 bölgelerindeki güncel bölge planları ve sektörel raporlar incelenmiştir. Verilere, ilgili kalkınma ajanslarının resmi web siteleri aracılığıyla erişilmiş ve toplamda beş temel rapor analiz edilmiştir. Bunlar: (1) TR33 Bölgesi 2024-2028 Bölge Planı (Mevcut Durum Analizi), (2) TR33 Bölgesi 2024-2028 Bölge Planı (Ana Plan Metni), (3) TR33 Bölgesinde Sanayi ve Tarımda Yeşil Fırsatlar, (4) Batı Karadeniz 2024-2028 Bölge Planı (Mevcut Durum Analizi) ve (5) Batı Karadeniz 2024-2028 Bölge Planı (Vizyon, Stratejik Öncelikler, Hedefler ve Tedbirler). Bu raporlar, bölgelerin yeşil dönüşüm uyum düzeyleri, yenilenebilir enerji yatırımları, karbon emisyonlarını azaltma hedefleri ve sürdürülebilir üretim teşvikleri gibi verileri içermektedir. Bu çalışmada, raporlar kapsamında yer alan, bölgelerde uygulanması planlanan yeşil dönüşüm tedbirlerine ilişkin verilerden yararlanılmıştır.

Verilerin Analizi

Doküman analizi, belirli aşamalar doğrultusunda sistematik bir şekilde yürütülmektedir. Bu doğrultuda, öncelikle araştırma amacına uygun dokümanlar belirlenmiş ve güvenilirlikleri titizlikle değerlendirilmiştir. Daha sonra, elde edilen verilerin düzenli bir şekilde işlenebilmesi için kodlama süreci oluşturulmuş ve bilgilerin sistematik bir yapıya kavuşturulması sağlanmıştır (Merriam, 2009). Analiz sürecinde, veriler Microsoft Excel 2013 kullanılarak elektronik tabloya aktarılmış ve her bölgeye özgü yeşil dönüşüm tedbirlerini temsil eden sütunlar oluşturulmuştur. İçerik analizi yöntemiyle bu veriler ayrıntılı bir şekilde incelenmiş ve değerlendirme süreci iki bağımsız araştırmacı tarafından yürütülerek analizlerin güvenilirliği artırılmıştır. Elde edilen tedbirler, SKA'lar ile ilişkilendirilmiştir. Son olarak, TR33 ve TR81 bölgelerindeki yeşil dönüşüm tedbirlerine katkı sağlayabilecek potansiyel YİKY uygulamaları önerilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

TR33 ve TR81 Bölgelerinin Ekonomik Yapıları

TR33 bölgesi, Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa ve Uşak illerini kapsayan Düzey 2 bölgesidir. Nüfus ve sosyoekonomik gelişmişlik açısından heterojen bir yapıya sahip olan bölge, düşük nüfus yoğunluğuna ve ülke ortalamasının altında kalan kişi başı Gayrisafi Yurt İçi Hâsıla (GSYH)'ye rağmen, tarım ve sanayi sektörlerinde önemli bir potansiyele sahiptir (Zafer Kalkınma Ajansı, 2024b, ss. 13-14). Afyonkarahisar'da fırıncılık, mobilya üretimi, süt ve süt ürünleri üretimi ile madencilik; Kütahya'da süt ve süt ürünleri üretimi, tekstil ve demir doğrama; Manisa'da zeytin ve zeytinyağı imalatı, ağaç ürünleri ve mobilya imalatı; Uşak'ta ise fırıncılık ve tekstil sektörü öne çıkan imalat sanayi dallarıdır.

Bölgenin ekonomik yapısında tarım ve hayvancılık temel geçim kaynakları arasında yer almaktadır. Manisa'da meyvelik alanların büyük bir bölümünü zeytinlikler ve üzüm bağları oluştururken, Afyonkarahisar ve Kütahya tahıl ve diğer bitkisel ürünlerin üretiminde önemli bir yer tutmaktadır. Bölgede yetiştirilen mısır, arpa, pamuk çekirdeği, şeker pancarı ve yonca gibi ürünler, hem bölgesel hem de ulusal düzeyde hayvancılık için stratejik bir öneme sahiptir. Bölge, Türkiye'deki toplam canlı hayvan değerinin yaklaşık %7'sini karşılamaktadır. Afyonkarahisar ve Manisa, beyaz et ve yumurta üretiminde önemli bir yere sahip olup, küçükbaş ve büyükbaş hayvancılık faaliyetleriyle de bölge ekonomisini güçlendirmektedir (Zafer Kalkınma Ajansı, 2024a, ss. 19-185). Ayrıca, metalik ve metalik olmayan mineraller, kömür, linyit, manyezit, mermer, gümüş, antimon ve bor gibi önemli maden kaynaklarına sahip olan bölgenin (Çelebioğlu ve Dall'erba, 2021, s. 276), enerji kaynakları açısından da önemli bir potansiyeli mevcuttur. Afyonkarahisar rüzgâr, güneş ve biyokütle; Kütahya güneş ve linyit; Manisa jeotermal, güneş, rüzgâr ve linyit; Uşak ise rüzgâr ve güneş enerji potansiyeliyle dikkat çekmektedir (Zafer Kalkınma Ajansı, 2024b, s. 144).

TR81 bölgesi, Zonguldak, Karabük ve Bartın illerini kapsayan Düzey 2 bölgesidir. Üretim hacmi, istihdama katkısı ve dış ticaret verilerine göre bölgede başlıca sektörler, madencilik, demir-çelik, mobilya ve orman ürünleri, turizm ve enerjidir. Taş kömürü madenciliğiyle gelişmeye başlayan bölge, demir-çelik endüstrisi, enerji sektörü ve diğer sanayi yatırımlarıyla büyüyerek Türkiye'nin ekonomik kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır (BAKKA, 2023a, s. 139). Bölge, yer altı kaynakları bakımından zengindir. Zonguldak, Türkiye'nin en büyük taş kömürü rezervine sahip olup, kuvarsit, kuvars kumu, boksit, demir, manganez, barit, dolomit, feldspat, fosfat ve kalker yataklarıyla da değer taşımaktadır. Karabük, dolomit, kuvarsit, mermer, feldspat, jips ve bentonit gibi endüstriyel hammaddeleriyle öne çıkmakta olup, özellikle mermer rezervleri aktif olarak işletilmektedir. Bartın ise taş kömürü ve çeşitli endüstriyel hammaddeler açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bölgedeki entegre demir-çelik tesisleri, ana metal sanayi ve fabrikasyon metal ürünleri imalatı, endüstriyel yoğunluğun bu sektörlerde toplandığını ortaya koymaktadır (BAKKA, 2023a, ss. 84-91).

Bölge yüzölçümünün yaklaşık %64,3'ü orman alanlarından oluşmakta olup, orman ürünleri sektöründeki işletmeler ağırlıklı olarak tomruk, kereste, parke ve mobilya imalatına odaklanmaktadır. Bölge, doğası, tarihi ve kültürel mirasıyla turizm açısından da önemli bir potansiyele sahiptir. Safranbolu ve Amasra, bölgenin tarihi yapısı, doğal güzellikleri ve mutfak kültürü açısından önemli turizm merkezleri olarak bilinmektedir (BAKKA, 2023a, ss. 96-100). Ayrıca, bölge enerji kaynakları ve mevcut enerji tesisleriyle önemli bir enerji merkezi konumundadır. Elektrik üretiminin büyük bir kısmı fosil kaynaklardan sağlanırken, %5,7'si yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilmektedir. Yenilenebilir enerji kaynaklarının dağılımında, hidroelektrik enerji %78,2, güneş enerjisi %11,6 ve biyokütle enerjisi %10,2 oranında paya sahiptir (BAKKA, 2023a, ss. 114-115). Bölgedeki Filyos Vadisi Projesi, enerji üretimi ve sanayi faaliyetlerini birleştirerek bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Proje, liman, endüstri bölgesi ve serbest bölge gibi gelişme alanlarını içeren bir yatırım havzası oluşturmayı hedeflemektedir. Bu kapsamda, nitelikli üretimin artırılması, ulusal ve uluslararası taşımacılık ile ticaretin geliştirilmesi ve enerji üretimi altyapılarının güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca, Sakarya Sahası'nda keşfedilen doğal gaz rezervi, Zonguldak ili Filyos Limanı'nda işlenmektedir (BAKKA, 2023a, s. 69).

TR33 ve TR81 Bölgelerinde Yeşil Dönüşüm

Zafer Kalkınma Ajansı'nın 2024-2028 Bölge Planı'nda, TR33 bölgesinin stratejik öncelikleri arasında sanayinin çevreye duyarlı teknolojik dönüşümü yer almakta olup, imalat sanayisinde yeşil dönüşüm temel hedeflerden biri olarak belirlenmiştir (Zafer Kalkınma Ajansı, 2024c, ss. 67-69). Sanayi ve tarımda yeşil fırsatlar raporunda sunulan öneriler, bölgede yeşil dönüşümün etkin uygulanması için yol gösterici niteliktedir (Zafer Kalkınma Ajansı, 2024a, ss. 35-58). Benzer şekilde, Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın TR81 bölgesi için hazırladığı 2024-2028 Bölge Planı'nda, sektörel gelişim, dönüşüm ve çeşitlenme stratejik öncelikler arasında yer alırken, yeşil dönüşüm uygulamaları temel hedeflerden biri olarak vurgulanmaktadır. Bu hedef doğrultusunda, ilgili raporlarda bölgede hayata geçirilebilecek yeşil dönüşüm tedbirlerine yer verilmiştir (BAKKA, 2013, s. 168; BAKKA, 2023a, s. 205; BAKKA, 2023b, ss. 21-175). Her iki bölge için önerilen yeşil dönüşüm tedbirleri, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımının yaygınlaştırılması, su verimliliği ve atık su yönetiminin iyileştirilmesi ve döngüsel ekonomi uygulamalarının teşvik edilmesi olarak belirlenmiştir.

Enerji Verimliliği ve Yenilenebilir Enerji Kullanımının Yaygınlaştırılması

TR33 bölgesinde sanayi sektörü, üretim süreçlerinde yüksek enerji tüketimi ile öne çıkmaktadır. Enerji verimliliğini artırma çabaları, ısı kayıplarının minimize edilmesi, etkili yalıtım önlemleri ve atık ısının geri kazanılması gibi stratejilerle doğrudan ilişkilidir (Zafer Kalkınma Ajansı, 2024a, s. 46). Bu unsurlar, SKA 7 (erişilebilir ve temiz enerji) amacına ulaşılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Destekleyici bir görüşle, O'Rielly ve Jeswiet (2015, s. 134), işletmelerin kapsamlı makine, malzeme ve tesis yenilemelerine gerek kalmadan enerji tüketimlerini azaltmanın en etkili yöntemlerinden birinin atık ısı geri kazanımı veya enerji geri dönüşümü olduğunu belirtmektedir. Hayvancılık sektöründe ise özellikle kümes hayvancılığında havalandırma ve aydınlatma enerji tüketiminin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Verimli havalandırma sistemlerinin kullanımı ve LED aydınlatmaya geçiş, enerji tüketimini azaltırken işletme maliyetlerini düşürmektedir. Tarım sektöründe, insansız hava araçlarıyla yapılan ilaçlama gibi yenilikçi uygulamalar, enerji tasarrufu sağlamakla birlikte çevre kirliliğini de azaltmaktadır. Bu tür uygulamalar, çevresel etkilerin minimize edilmesine ve kaynakların daha verimli kullanılmasına olanak tanımaktadır. TR33 bölgesindeki sanayi işletmeleri, SKA 9 (sanayi, yenilikçilik ve altyapı) ve SKA 13 (iklim eylemi) amaçlarına katkı sağlayacak şekilde, güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi, biyogaz ve jeotermal enerji gibi yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanarak enerji verimliliğini artırabilir. Bu çözümler, çevre dostu ve maliyet etkin özellikleriyle sanayinin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Yenilenebilir enerji altyapılarının geliştirilmesi, sanayi işletmelerinin enerji bağımsızlığını artırırken çevresel etkilerini de azaltmaktadır. Özellikle Ege Bölgesi'nin iklim koşulları, güneş enerjisi santralleri için elverişli alanlar sunmakta ve sanayi işletmeleri için önemli fırsatlar yaratmaktadır. Örneğin, imalat sanayide yenilenebilir enerjiye geçiş, enerji maliyetlerini düşürerek yatırımların geri dönüş süresini kısaltmaktadır. Ayrıca, hayvansal ve bitkisel atıklardan biyogaz üretimi, büyük ölçekli hayvancılık işletmeleri için sürdürülebilir enerji çözümleri sunmakta ve enerji maliyetlerini önemli ölçüde azaltmaktadır (Zafer Kalkınma Ajansı, 2024a, ss. 35-58).

TR81 bölgesi, enerji üretimi ve tüketimi açısından stratejik bir öneme sahiptir. Bölgede enerji üretiminde termik santraller öne plana çıkarken, enerji tüketiminde demir-çelik sektörü en büyük paya sahiptir. Demir-çelik ve madencilik sektörlerinde enerji verimliliğinin artırılması, SKA 7 (erişilebilir ve temiz enerji)'ye ulaşmada kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca, Çatalağzı Termik Santrali'nin atık sularının ısınma amaçlı kullanımı gibi yenilikçi projeler hayata geçirilebilir (BAKKA, 2013, s. 168). Bununla birlikte, enerji yoğun sektörlerde verimliliği artıracak uygulamalara yönelik teşvik ve destek mekanizmalarının geliştirilmesi önem arz etmektedir. Bölgede Sakarya Gaz Sahası'ndan çıkarılan doğal gazın üretim kapasitesi artırılmaya devam ederken, fosil yakıtların sera gazı salınımlarına yol açarak iklim değişikliğini tetiklediği gerçeği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu bağlamda, SKA 13 (iklim eylemi) amacının gerçekleştirilmesi için yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımına öncelik verilmesi gerekmektedir. Yeşil enerjiye dayalı sürdürülebilir üretim modellerinin benimsenmesi, çevresel etkilerin kontrol altına alınmasını sağlarken, dijital teknolojilerin kullanılması ile sanayileşme potansiyeli daha da güçlendirilebilir (BAKKA, 2023b, ss. 48-65). Filyos Vadisi Projesi, Zonguldak, Karabük ve Bartın illerindeki yatırım taleplerine yanıt verebilecek düzenli yatırım alanlarının oluşturulmasını ve mevcut altyapıların iyileştirilmesini hedeflemektedir. Yeşil mutabakat ve yeşil dönüşüm hedefleri doğrultusunda, enerji üretiminde ve tüketiminde yenilenebilir enerji kaynaklarının yaygınlaştırılması öncelikli uygulamalar olarak ele alınmalıdır. Bu yaklaşım, SKA 12 (sorumlu üretim ve tüketim) amacı ile uyumlu olup, sürdürülebilir üretim ve tüketim uygulamalarının yaygınlaştırılmasına katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, mevcut ve yeni organize sanayi bölgelerinde yenilenebilir enerji sistemlerinin kurulumu teşvik edilebilir. Bölgedeki kömüre dayalı sanayi işletmelerinin dönüşümünü desteklemek amacıyla, işletmelerin öz tüketimlerini karşılamaya yönelik yenilenebilir enerji yatırımları desteklenebilir. Dahası, Karadeniz dip sularında bulunan hidrojen sülfürün hidrojen enerjisi üretiminde kullanılması ve Zonguldak ile Bartın kıyılarında dalga ve rüzgâr enerjisi potansiyelinden yararlanacak pilot projelerin geliştirilmesi, bölgenin enerji çeşitliliğini artırarak yeşil dönüşüm hedeflerine katkı sağlayabilir (BAKKA, 2023b, ss. 51-66).

Su Verimliliği ve Atık Su Yönetiminin İyileştirilmesi

TR33 bölgesinde sanayi sektörü, yüksek su tüketimi ile dikkat çekmekte ve su verimliliğini artırmak için modern teknolojilerin kullanımı önemli bir ihtiyaç olarak öne çıkmaktadır. Yüksek basınçlı sistemler su kayıplarını minimize ederken, boru hatlarında izolasyon ve debimetre gibi ölçüm cihazları ile su tüketiminin izlenmesi kaynakların etkin yönetimini sağlayabilir. Yağmur suyu hasadı gibi yöntemler, su tüketimini azaltarak sürdürülebilir bir çözüm sunabilir. Bu tür uygulamalar, SKA 6 (temiz su ve sanitasyon) amacıyla uyumlu olup, su kaynaklarının sürdürülebilir kullanımını teşvik etmektedir. Gıda sektöründe, kuru temizleme yöntemleri su tasarrufu sağlarken, fabrikalarda sensörlü sistemler su israfını önleyebilir (Zafer

Kalkınma Ajansı, 2024a, ss. 35-37). Tekstil sektöründe ise kumaş hazırlama, boyama ve bitirme işlemlerinde taşır yöntemi yerine doldur-boşalt yıkama tekniği kullanılarak su tüketimi önemli ölçüde azaltılabilir. Tarım sektöründe, su yoğun yem bitkilerinin su kıtlığı olmayan bölgelerde yetiştirilmesi ve damla sulama gibi verimli sulama tekniklerinin kullanılması, su verimliliğini artırarak sürdürülebilir tarım uygulamalarına katkı sağlayabilir (Zafer Kalkınma Ajansı, 2024a, ss. 49, 56). Su verimliliği uygulamaları, SKA 12 (sorumlu üretim ve tüketim) amacıyla uyumlu olup, su tüketimini daha sürdürülebilir hale getirebilir. Bununla birlikte, atık suyun yeniden kullanımı, su yönetiminde sürdürülebilir çözümler üretebilir (Ulusoy vd., 2024, s. 10). TR33 bölgesinde, zeytinyağı üretiminde yüksek organik yüklü karasuyun geleneksel buharlaştırma yöntemleriyle bertaraf edilmesi, su kaynakları üzerinde olumsuz etkiler yaratırken, bu sorunun çözümü için sıkıştırmalı evaporatör ve membran arıtma gibi çevre dostu ve sürdürülebilir modern teknolojiler kullanılması önerilebilir. Süt işleme tesislerinde, ters ozmoz gibi fiziksel arıtma yöntemleri ile atık suyun %85'e kadar geri kazanımı sağlanmakta ve bu suyun farklı üretim süreçlerinde yeniden kullanımı mümkün olmaktadır (Zafer Kalkınma Ajansı, 2024a, ss. 38, 41).

TR81 bölgesinde su verimliliğinin artırılması ve atık su yönetiminin iyileştirilmesi, iklim değişikliğine uyum sürecinde stratejik öncelikler arasında yer almaktadır. Bu hedeflere ulaşmada, toplumsal bilinçlendirme ve eğitim faaliyetleri önemli bir rol oynamaktadır. Bölge, doğal güzellikleri ve zengin ekosistemiyle önemli su kaynaklarına sahip olmasına rağmen, endüstriyel faaliyetler su kalitesini olumsuz etkileyerek çevresel sürdürülebilirlik hedeflerini tehlikeye düşürmektedir. Bu bağlamda, SKA 6 (temiz su ve sanitasyon) amacıyla uyumlu olarak, endüstriyel kirleticilerin etkili bir şekilde kontrol edilmesi ve su kaynaklarının korunmasına yönelik önlemlerin uygulanması gerekmektedir. Özellikle madencilik, demir-çelik ve ana metal sanayi sektörlerinde su verimliliği, hem çevresel sürdürülebilirlik hem de üretim etkinliği açısından önemlidir. Endüstriyel faaliyetlerden kaynaklanan atık su kirliliği, bölgedeki çevresel sorunların en önemli bileşenlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle, SKA 9 (sanayi, yenilikçilik ve altyapı) çerçevesinde, kömür yakıtlı santrallerin çevresel etkilerinin azaltılması ve verimliliklerinin artırılması için gerekli teknolojik iyileştirmelerin yapılması gereklidir. Aynı zamanda, endüstriyel atık su altyapısının modernize edilmesi ve mevcut arıtma tesislerinin kapasite ile verimliliklerinin artırılması, su yönetiminde sürdürülebilir bir yaklaşımın temel taşlarıdır (BAKKA, 2023b, ss. 94-101). Bu iyileştirmeler, su kaynaklarını korumanın yanı sıra uzun vadeli çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlayacaktır.

Döngüsel Ekonomi Uygulamalarının Teşvik Edilmesi

Endüstriyel simbiyoz, bir şirketin atığının başka bir şirket tarafından hammadde olarak yeniden kullanılmasıyla çevresel, ekonomik ve sosyal faydalar sağlayan bir yaklaşımdır (Neves vd., 2019, s. 1). SKA 12 (sorumlu üretim ve tüketim) amacı doğrultusunda, TR33 bölgesindeki sanayi tesislerinde bu yaklaşımın benimsenmesi, geri dönüşüm oranlarını yükseltirken sanayi verimliliğini artırabilir. Bu doğrultuda, atık yönetimi altyapısının güçlendirilmesi ve teknolojik yatırımların yapılması büyük önem taşımaktadır. Genellikle, gıda sanayisinde organik atıkların yeterince değerlendirilememesi, önemli bir sorun teşkil etmektedir. Ancak, bu atıklar, gübre, hayvan maması veya biyogaz üretimi gibi çeşitli alanlarda kullanılabilir. Örneğin, zeytin sıkımı sonrası oluşan pirina, işlenmediğinde çevre kirliliğine neden olabilen bir atık iken, işlenerek gübre, hayvan yemi katkısı veya sabun üretiminde kullanılabilir. Ayrıca, pirina, şeker fabrikalarında köpük oluşumunu engellemek için de değerlendirilebilir. Et ve et ürünleri işletmelerinden elde edilen organik yan ürünler ise kemik unu, evcil hayvan maması, ilaç ve kimyasal madde üretimi gibi alanlarda kullanılabilir. SKA 9 (sanayi, yenilikçilik ve altyapı) bağlamında, seramik ve karo üretiminde ortaya çıkan katı atıklar beton üretiminde, mermer tozu ise kâğıt, boya, plastik ve inşaat sektörlerinde yeniden değerlendirilebilir. Bu atıkların geri kazanımı, ekonomik faydaların yanı sıra çevresel sürdürülebilirliği de desteklemektedir. Ayrıca, çevre dostu, geri dönüştürülebilir ve depozitolu ambalajların kullanımı, maliyet etkin ve sürdürülebilir bir alternatif sunarak kaynakların verimli kullanımını artırmaktadır. Bu tür uygulamalar, hem çevresel hem de ekonomik sürdürülebilirlik açısından TR33 bölgesine önemli katkılar sağlayabilir (Zafer Kalkınma Ajansı, 2024a, ss. 35-58).

TR81 bölgesinde döngüsel ekonomi uygulamalarının yaygınlaştırılması, SKA'ya ulaşmak için stratejik bir gerekliliktir. Bu doğrultuda, üretici ve tüketicilerin bilinçlendirilmesi, döngüsel ekonomi farkındalığının artırılmasında kritik bir adım olacaktır. Ayrıca, SKA 9 (sanayi, yenilikçilik ve altyapı) amacı çerçevesinde, AR-GE faaliyetlerine öncelik verilerek yeni teknolojilerin geliştirilmesi, atıkların azaltılması, kaynak verimliliğinin artırılması ve çevresel etkilerin minimize edilmesi açısından büyük önem taşımaktadır (BAKKA, 2023b, s. 61). Bölgedeki sanayi alanlarının dağınık yapısı, verimli üretim ve etkili atık yönetimi süreçlerinde çeşitli zorluklara neden olmaktadır. Bu sorunların üstesinden gelmek için, kümelenmeye uygun sektörlerin birleştirilmesi ve ortak üretim atölyelerinin kurulması gibi çözümler önerilebilir

(BAKKA, 2023b, s. 175). Örneğin, orman ürünleri sektöründe, ortaklaşa çalışan tesislerin kurulması, atıkların yeniden kullanımı ve kaynak verimliliğinin artırılması yoluyla döngüsel ekonomi ilkelerinin etkin bir şekilde uygulanmasını destekleyecektir. Bu tür iş birlikçi yaklaşımlar, sürdürülebilir üretim süreçlerinin geliştirilmesine önemli katkılar sunabilir. Öte yandan, termik santrallerdeki atıkların değerlendirilmesi, hem enerji verimliliğini artırabilir hem de hava kirliliğini azaltarak çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilir (BAKKA, 2023b, ss. 58, 99). TR81 bölgesinde, yeşil OSB'ler ve eko-endüstriyel parklar, döngüsel ekonomi uygulamalarının temel taşı olarak değerlendirilebilir (BAKKA, 2023a, s. 205). Bu yapılar, sanayi altyapısının modernizasyonunu desteklerken, yeşil rekabetçiliği teşvik ederek bölgenin ekonomik ve çevresel performansını artıracaktır. Döngüsel ekonomi ilkelerinin yaygınlaştırılması, bölgenin SKA'ya ulaşmasında önemli bir itici güç olacaktır.

TR33 ve TR81 Bölgelerinde Yeşil Dönüşüm Tedbirlerinin Karşılaştırılması

TR33 ve TR81 bölgelerinde uygulanabilecek yeşil dönüşüm tedbirleri Ek 1'de özetlenmiştir. Her iki bölge, ekonomik yapıları, doğal kaynak potansiyelleri ve çevresel hedefleri doğrultusunda SKA'lara yönelik stratejik öncelikler geliştirmektedir. Bu kapsamda, yeşil dönüşüm tedbirleri enerji, su ve döngüsel ekonomi alanlarında kategorize edilmektedir.

Buna göre, TR33 bölgesinde hayvancılık ve tarımsal üretimde enerji verimliliğini artırmaya yönelik çözümler geliştirilmesi öne çıkarken, TR81 bölgesinde ise ağırlıklı olarak enerji yoğun sanayiler ve termik santrallerde sürdürülebilir uygulamaların öncelik kazanabileceği düşünülmektedir. TR33'de sanayide ısı kaybı yönetimi, atık ısının geri kazanımı ve endüstriyel tesislerde güneş enerjisi entegrasyonu gibi uygulamalar dikkat çekerken, TR81'de demir-çelik ve madencilik gibi sektörlerde üretim optimizasyonu ile termik santrallerde atık ısıdan bölgesel ısıtma sağlanması gibi tedbirler gündeme gelebilir.

Su verimliliği açısından, TR33 bölgesinde sanayide yüksek basınçlı sistemlerle su kayıplarının azaltılması, yağmur suyu hasadı yoluyla sürdürülebilir su kaynaklarının oluşturulması ve tekstil sektöründe su tüketiminin düşürülmesine yönelik çalışmalar ön plana çıkabilir. Öte yandan, TR81 bölgesi özellikle madencilik, demir-çelik ve ana metal sanayi sektörlerinde su verimliliğini artırmaya yönelik tedbirler geliştirebilir. Ayrıca, termik santrallerde soğutma suyu döngülerinin optimize edilmesi gibi ileri teknolojilerin kullanımı teşvik edilebilir. Atık su yönetimi konusunda ise TR33 bölgesinde gıda üretimiyle ilişkili sektörlerde, özellikle zeytinyağı üretimi ve süt işleme tesislerinde atık suyun ileri arıtma teknolojileriyle geri kazanımına yönelik çözümler geliştirilebilir. TR81 bölgesi ise endüstriyel kirleticilerin kontrolü ve mevcut arıtma tesislerinin kapasitesinin artırılması yönünde yatırımlar yapabilir.

Döngüsel ekonomi kapsamında, TR33 bölgesinde endüstriyel simbiyoz yoluyla atıkların farklı sektörlerde hammadde olarak yeniden kullanılmasının teşvik edilmesi mümkündür. TR81 bölgesi ise yeşil organize sanayi bölgeleri ve eko-endüstriyel parkların kurulmasıyla sanayi altyapısının sürdürülebilir hale getirilmesine odaklanabilir. TR33 bölgesi çevre dostu ambalaj kullanımını destekleyerek sürdürülebilir üretim süreçlerine katkı sağlayabilirken, TR81 bölgesi döngüsel ekonomi farkındalığını artırmaya yönelik çalışmalarla sürdürülebilir tüketim ve üretim süreçlerini desteklemeye devam edebilir. Genel anlamda, TR33 bölgesi tarımsal üretimi destekleyen yenilikçi teknolojiler ve sanayi verimliliğini artıran çözümler üzerinde durabilir; TR81 bölgesi ise demir-çelik, madencilik ve termik santraller gibi enerji yoğun sektörlerde kaynak verimliliğini artırmaya ve çevresel sürdürülebilirliği sağlamaya yönelik politikalar geliştirmeye odaklanabilir.

Öneriler

TR33 ve TR81 Bölgelerinde Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi (YİKY)

Küresel örgütler, SKA'lara ulaşmak için çevre dostu uygulamaları benimserken, YİKY, sürdürülebilir bir örgüt kültürünün oluşturulmasında ve çevresel ilişkilerin etkin yönetilmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Ahmad, 2024, s. 43). Bu çalışmada, TR33 ve TR81 bölgelerinde yeşil dönüşüm tedbirlerinin etkin şekilde desteklenmesi için, yeşil işe alım, yeşil eğitim ve geliştirme, yeşil performans değerlendirme, yeşil ücret ve ödül yönetimi, yeşil iş sağlığı ve güvenliği gibi YİKY uygulamalarının hayata geçirilmesi önerilmektedir. Bu kapsamda, İKY fonksiyonlarının yeşil dönüşüm ilkeleriyle uyumlaştırılması, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada etkili bir araç olmanın yanı sıra, işletmelere uzun vadeli rekabet avantajı da sağlayabilir.

Yeşil İşe Alım

Yeşil işe alım, çevresel sorumluluğu örgütün temel bir unsuru haline getirerek çevre dostu bir şirkette çalışmaya istekli adayları çekmeyi hedeflemektedir. Bu süreç, kaynakların korunması, geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik gibi konularda bilgili adayların işe alınmasını sağlamaktadır (Ahmad, 2015, s. 6). TR33 bölgesindeki sanayi sektörlerinde, enerji ve su verimliliği gibi kritik alanlarda uzmanlaşmış iş gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Örneğin, tarımsal üretim tesislerinde yenilenebilir enerji sistemleri konusunda deneyimli kişilerin istihdamı, enerji verimliliğini artırarak üretim süreçlerinin çevresel etkilerini azaltabilir. Tekstil sektöründe ise su verimliliği konusunda uzman çalışanlar, suyun geri kazanımı ve atık su yönetimi projelerine katkı sağlayarak su tüketimini düşürebilir ve çevresel zararları önleyebilir. Bu girişimler, çevresel sürdürülebilirliği desteklerken işletmelerin ekonomik performansını da iyileştirir.

TR81 bölgesinde yeşil işe alım stratejileri, çevre dostu becerilere sahip kişilerin istihdamını hedefleyerek sanayinin çevresel dönüşümünü hızlandırabilir. Zonguldak ve Karabük'te demir-çelik sektöründe enerji verimliliği, su verimliliği ve atık su arıtma konularında uzman kişilerin istihdamı, enerji ve su kullanımını optimize ederek çevresel etkileri azaltabilir. Yeşil OSB'lerde çevre ve sürdürülebilirlik konusunda uzmanların istihdamı, bölgenin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmasını destekleyecektir. Bu kapsamda, sıfır atık yönetimi, suyun yeniden kullanımı ve enerji verimliliği gibi alanlarda uzmanlaşmış bireylerin işe alınması, sanayinin çevre dostu dönüşümünü hızlandırırken aynı zamanda rekabet gücünü ve ekonomik sürdürülebilirliğini artıracaktır. Zonguldak ve Bartın'da dalga ve rüzgâr enerjisi projeleri için uzman adayların seçimi, yenilikçi enerji çözümlerinin uygulanmasını teşvik ederek bölgenin enerji arz güvenliğini artırabilir. Bu stratejiler, hem yeşil iş gücünü geliştirecek hem de bölgenin SKA'lara ulaşmasında önemli bir rol oynayacaktır.

Yeşil Eğitim ve Geliştirme

Yeşil eğitim ve geliştirme, atıkların azaltılması, kaynakların verimli kullanılması, enerji tasarrufu sağlanması ve çevresel bozulmanın önlenmesi amacıyla gerçekleştirilen İKY uygulamalarıdır (Fapohunda vd., 2021, s. 3). TR33 bölgesindeki enerji verimliliği ve su tasarrufu üzerine verilen eğitimler, çevresel etkileri azaltırken işletmelerin verimliliğini artırabilir. Örneğin, tarım sektöründe, modern ilaçlama ve suyun verimli kullanımı üzerine seminerler yapılabilir. Hayvancılık sektöründe, LED aydınlatma teknolojileri ve biyogaz sistemleri gibi sürdürülebilir uygulamalar için atölye çalışmaları gerçekleştirilebilir. Gıda sektöründe çevre dostu ve geri dönüştürülebilir ambalaj kullanımının yaygınlaştırılması için farkındalık eğitimleri düzenlenerek sürdürülebilir ambalaj tasarımı konusunda çalışanların bilgi ve becerileri geliştirilebilir. Bu eğitim programları, yeşil inovasyon ve çevresel sorumluluk bilincini artıracak ve işletmelerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmasına katkı sağlayacaktır.

TR81 bölgesinde sürdürülebilir uygulamaların yaygınlaştırılması için yenilenebilir enerji, enerji verimliliği ve atık yönetimi konularında eğitim programları düzenlenebilir. Bu bağlamda, dalga ve rüzgâr enerjisi potansiyelinin etkin kullanımı için projeler geliştirilmesi; orman ürünleri sektöründe atık ayrıştırma, kaynak verimliliği ve geri dönüşüm süreçlerinin iyileştirilmesi; madencilik sektöründe ise atık su arıtımı ve atık suyun yeniden kullanımı üzerine teknik eğitimler verilebilir. Ayrıca, sanayi atıklarının başka endüstrilerde hammadde olarak kullanılması için işbirlikleri teşvik edilebilir. Örneğin, termik santrallerden çıkan atık külün çimento üretiminde değerlendirilmesi gibi projelerle, atıkların ekonomik değer yaratacak şekilde geri kazanılması sağlanabilir. Bu tür eğitim programları, çevresel etkilerin azaltılmasına, kaynakların daha verimli kullanılmasına ve sanayi süreçlerinin sürdürülebilirliğinin artırılmasına katkı sağlarken, ekonomik verimlilik sayesinde işletmelerin rekabet gücünü de artırabilir.

Yeşil Performans Değerlendirme

Yeşil performans yönetimi, çevresel sorumlulukları, karbon salınımlarının azaltılmasını ve çevresel politikaların uygulanmasını içeren bir dizi yeşil performans göstergesi geliştirmektedir. Bu göstergeler, çalışanların performans değerlendirme süreçlerinde kullanılabilir (Saeed vd., 2019, s. 426). TR33 bölgesindeki sanayi işletmeleri, çevresel etkileri ölçen performans ölçütleri belirlerken, çalışanları bu sürecin merkezine koyarak daha etkili sonuçlar elde edebilir. Örneğin, tekstil sektöründe enerji ve su tüketimini azaltmaya yönelik yenilikçi uygulamalara çalışan katılımı teşvik edilebilir. Performans ölçütü olarak, birim başına enerji tüketiminin azaltılması veya üretimde kullanılan su miktarının düşürülmesi gibi hedefler belirlenebilir. Gıda sanayisinde, atıkların geri dönüştürülmesi için fikir geliştirme etkinlikleri düzenlenebilir. Tarım sektöründe ise sulama verimliliği ve organik atıkların biyogaz üretimi için kullanımı gibi performans ölçütleri belirlenebilir.

TR81 bölgesindeki demir-çelik ve madencilik sektörlerinde, yeşil performans değerlendirmesi çevresel sürdürülebilirliği artırmak için etkili bir araç olabilir. Demir-çelik sektöründe, enerji tasarrufu, su verimliliği ve atık yönetimi gibi performans ölçütleri düzenli olarak gözden geçirilebilir. Örneğin, atık metal geri dönüşümüne katkı sağlayan çalışanlar, çevresel etkileri azaltırken maliyetleri de düşürebilir. Madencilik sektöründe ise su tüketimini azaltan projelerde yer alan çalışanlar, çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilir. Kömür yıkama süreçlerinde suyun yeniden kazanımı uygulaması, çalışanların performans değerlendirme süreçlerine dâhil edilebilir.

Yeşil Ücret ve Ödül Yönetimi

Yeşil ücret ve ödül sistemleri, çalışanların çevre dostu girişimlerini teşvik etmek ve örgütlerin çevresel hedeflerini desteklemek için stratejik bir araç olarak kullanılmaktadır (Ahmad, 2015, s. 7). TR33 bölgesindeki sektörlerde, çevresel sürdürülebilirlikte başarılı çalışanlara ödüller ve teşvikler sunulabilir. Örneğin, imalat sanayisinde enerji ve su verimliliği projelerine katkı sağlayan çalışanlar, tasarruf oranına göre prim, ek ödeme veya performans teşvikleriyle ödüllendirilebilir. Hayvancılık sektöründe ise enerji verimliliği sağlayan yenilikçi çözümler geliştiren çalışanlar, belirli performans hedeflerine ulaştıklarında ücret artışı, terfi veya liderlik gelişim fırsatlarıyla ödüllendirilebilir. Bu tür teşvikler, çalışanların çevresel sorumluluklarını artırırken, şirketlerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmasını sağlayabilir.

TR81 bölgesinde ise yeşil ücret ve ödül yönetimi stratejileri, çalışanları çevre dostu uygulamalara yönelmeye teşvik edebilir. Enerji verimliliği, su verimliliği ve atık yönetimi gibi alanlarda çalışanların başarıları, özel ödüllerle tanınabilir. Örneğin, termik santrallerde atık ısıdan enerji üretimi ve bölgesel ısıtma projelerine katılan çalışanlara, sağlanan tasarruf oranına göre ücret artışı sağlanması, su tasarrufu projelerinde yer alan madencilik ve demir-çelik sektörü çalışanlarının ise, sağlanan tasarruf miktarına göre prim alması sağlanabilir. Ayrıca, endüstriyel atıkların yeniden kullanımı ve döngüsel ekonomi projelerine katkı sağlayan çalışanlar, ödüller ve kariyer fırsatlarıyla teşvik edilebilir.

Yeşil İş Sağlığı ve Güvenliği

Yeşil iş sağlığı ve güvenliği, çalışanların sağlığını korumak ve çevre dostu çalışma koşulları oluşturmak için çevresel yönetim uygulamalarını benimsemeyi ifade etmektedir. Bu yaklaşım, hem çalışanların stres ve hastalıklarını azaltmayı hem de örgütün sosyal sorumluluk bilincini güçlendirmeyi amaçlamaktadır (Shah, 2019, s. 774). TR33 bölgesindeki endüstriyel üretim tesislerinde iş sağlığı ve güvenliğinin iyileştirilmesi, sürdürülebilir üretim süreçlerinin etkinliğini artırmada kritik bir rol oynamaktadır. Bu kapsamda, tarım ve sanayide su tasarrufu projelerinde kullanılan kimyasalların çalışan sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek için güvenli yönetim uygulamalarının benimsenmesi ve kişisel koruyucu ekipman kullanımının zorunlu hale getirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, organik atıkların geri dönüştürülmesi süreçlerinde çalışanların biyolojik ve kimyasal risklere karşı korunmasını sağlamak amacıyla kapsamlı güvenlik protokollerinin geliştirilmesi, mesleki sağlık standartlarının yükseltilmesine katkı sağlayacaktır. Bu önlemler, çevresel sürdürülebilirliği desteklerken, iş gücünün uzun vadeli sağlığını ve verimliliğini güvence altına alacaktır.

TR81 bölgesinde sanayi sektörlerinde verimlilik artışı sağlanırken, iş sağlığı ve güvenliğinin ön planda tutulması büyük önem taşımaktadır. Özellikle demir-çelik ve madencilik gibi sektörlerde, üretim süreçleri optimize edilirken çalışanların yüksek ısı, toz ve ağır metaller gibi risklere maruz kalmalarını azaltacak önlemlerin güçlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, atık ısıdan bölgesel ısıtma sağlanırken, çalışanların aşırı sıcak ortamlardan kaynaklanan sağlık risklerine karşı korunması iş güvenliği açısından kritik bir adımdır.

TR33 ve TR81 Bölgelerinde YİKY Uygulamalarının Karşılaştırılması

TR33 ve TR81 bölgelerinde yeşil dönüşümün başarılı olabilmesi için, Ek 2'de verilen potansiyel YİKY uygulamaları önerilebilir. Bu bölgelerdeki YİKY uygulamaları, sektörlerin yapısal özellikleri ve çevresel sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda farklılık göstermektedir. TR33 Bölgesi'ne yönelik olarak, tarımsal üretim tesislerinde yenilenebilir enerji sistemleri konusunda uzmanlaşmış bireylerin istihdamının artırılması ve tekstil sektöründe su verimliliği ve atık su yönetimi gibi alanlarda yetkin çalışanların işe alınması önerilmektedir. Ayrıca, gıda sektöründe çevre dostu ambalaj kullanımı ve sürdürülebilir tasarım üzerine eğitimlerin daha yaygın hale getirilmesi faydalı olacaktır. Yeşil performans değerlendirmelerinin kapsamının genişletilmesi gerektiği, enerji ve su tüketiminin yanı sıra karbon ayak izi gibi çevresel faktörlerin de değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Yeşil ücret ve ödül yönetimi bağlamında, imalat sanayi ve hayvancılık sektörlerinde çalışanların yeşil projelere katkı sağlama seviyelerine göre ödüller verilmesi, çevresel hedeflere daha fazla katkı sağlanmasını teşvik edecektir. Ayrıca, güvenlik önlemlerinin

güçlendirilmesi ve tarım ve sanayide kullanılan kimyasalların çalışan sağlığına zarar vermeyecek şekilde yönetilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

TR81 Bölgesi'nde ise, demir-çelik ve ana metal sanayisinde enerji ve su verimliliği ile atık su arıtma süreçlerinde uzmanların istihdamı öncelikli bir hedef olarak belirlenebilir. Dalga ve rüzgâr enerjisi gibi yenilenebilir enerji projelerine yönelik teknik eğitimlerin verilmesi, bölgedeki yeşil enerji altyapısının güçlendirilmesine katkı sağlayacaktır. Madencilik sektöründe, atık su arıtımı ve atık suyun yeniden kullanımı gibi döngüsel ekonomi uygulamalarına yönelik teknik eğitimlerin artırılması çevre dostu uygulamaların yaygınlaşmasını destekleyecektir. Yeşil performans değerlendirmelerinde ise, demir-çelik sektöründe enerji tasarrufu, su verimliliği ve atık yönetimi gibi faktörlerin göz önünde bulundurulması gereklidir. Yeşil ödül ve ücret yönetimi kapsamında, atık ısıdan enerji üretimi ve bölgesel ısıtma projelerine katkı sağlayan çalışanlara prim verilmesi, sektördeki yeşil projelere olan ilgiyi artıracaktır. Ayrıca, yeşil iş sağlığı ve güvenliği uygulamalarının arttırılması, özellikle yüksek ısı, toz ve ağır metaller gibi risklere karşı çalışanların korunması için gerekli tedbirlerin alınması önerilmektedir.

Sonuç

İklim değişikliği, küresel ısınma ve kirlilik gibi küresel çevre sorunları, örgütleri sürdürülebilir çözümler aramaya yönlendirmiştir (Ansori ve Yusuf, 2023, s. 64). Bu durum, örgütsel iş yapış biçimlerini ve yönetim anlayışlarını değiştirerek yeşil dönüşümün gerekliliğini vurgulamaktadır. Yeşil dönüşüm, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için bir yol haritası sunmakta ve enerji verimliliği, yenilenebilir enerji kullanımı, su verimliliği, atık su yönetimi ve döngüsel ekonomi uygulamaları gibi temel alanlarda odaklanmaktadır (Republic of Rwanda, 2022, s. 33). Yeşil dönüşüm uygulamaları, örgütlerin çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmasını sağlarken, ekonomik verimliliği artırarak çevreye duyarlı bir iş gücü oluşturmaktadır. Bu süreç yalnızca üretimle sınırlı kalmamakta, İKY stratejilerini de derinden etkilemektedir. YİKY, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için iş gücünü etkin şekilde yöneten ve çevre dostu stratejiler geliştiren bir yaklaşımdır (Kim vd., 2019, s. 83). Bu yaklaşım, çevre dostu becerilere sahip nitelikli bireylerin işe alımını, yeşil becerilerin geliştirilmesini ve çevresel performans hedeflerine katkı sağlayan çalışanların ödüllendirilmesini içeren çeşitli stratejilerden oluşmaktadır. Ayrıca, yeşil ücret yönetimi ile yeşil iş sağlığı ve güvenliği uygulamaları, çalışanların çevresel sorumluluklarını içselleştirmelerini teşvik ederken, örgütsel verimliliği artıran sürdürülebilir bir döngü yaratmaktadır.

Bu çalışmada, TR33 ve TR81 bölgelerindeki yeşil dönüşüm ve potansiyel YİKY uygulamaları incelenmiştir. TR33 bölgesi, hayvancılık ve tarıma dayalı sanayi sektörlerinde çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sağlayan yeşil dönüşüm tedbirleri ile öne çıkmaktadır. Bu stratejiler, doğal kaynakların verimli kullanımı ve çevre dostu üretim yöntemlerinin benimsenmesiyle, bölgenin SKA'lara ulaşmasına katkı sağlamaktadır. Öte yandan, TR81 bölgesi, enerji yoğun sektörlerde kaynak verimliliği ve çevre dostu üretim süreçlerine odaklanarak, çevresel etkileri minimize eden yenilikçi stratejiler geliştirmekte ve sürdürülebilir üretim süreçlerini desteklemektedir. Çalışmada, her iki bölgedeki stratejiler, SKA 6 (temiz su ve sanitasyon), SKA 7 (erişilebilir ve temiz enerji), SKA 9 (sanayi, yenilikçilik ve altyapı), SKA 12 (sorumlu üretim ve tüketim) ve SKA 13 (iklim eylemi) ile ilişkilendirilmektedir. Ayrıca, TR33 ve TR81 bölgelerindeki yeşil dönüşümü destekleyen YİKY uygulamalarının, sektörel gereksinimler ve çevresel sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda farklılık gösterebileceği ortaya konulmuştur.

Çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. İlk olarak, araştırma yalnızca TR33 ve TR81 bölgelerindeki yeşil dönüşüm tedbirleri ve YİKY uygulamalarına odaklanmış olup, diğer bölgelerdeki yeşil dönüşüm tedbirleri ve YİKY uygulamaları bu kapsamın dışında bırakılmıştır. Bu durum, bulguların yalnızca belirli coğrafi alanlarla sınırlı kalmasına yol açmakta ve diğer bölgelerdeki yeşil dönüşüm süreçlerinin çeşitliliğini göz ardı etmektedir. Çalışmanın bulguları, benzer ekonomik ve sektörel yapıya sahip bölgeler için referans niteliğinde olmakla birlikte, bölgeye özgü dinamiklerin dikkate alınarak yorumlanması gerekmektedir. Ayrıca, çalışma tarım, hayvancılık, imalat, madencilik ve demir-çelik sektörlerinde yeşil dönüşüm ve YİKY uygulamaları üzerine yoğunlaşmıştır. Gelecekteki araştırmalar, farklı bölgeleri ve sektörleri kapsayan karşılaştırmalı analizlerle, daha geniş bir perspektif sunabilir.

Etik Beyan

"TR33 ve TR81 Bölgelerinde Yeşil Dönüşüm ve Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Karşılaştırmalı Bir Analizi" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*A Comparative Analysis of Green Transformation and Green Human Resources Management Practices in TR33 and TR81 Regions*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Adekoya, O. D., Mordi, C. ve Ajonbadi, H. A. (2023). Green human resource management: An introduction. İçinde O. D. Adekoya, C. Mordi, ve H. A. Ajonbadi (Edt.), *Global perspectives on green HRM: Highlighting practices across the world* (ss. 1-22). Cham, Switzerland: Springer.

Agan, B. (2024). Sustainable development through green transition in EU countries: New evidence from panel quantile regression. *Journal of Environmental Management*, *365*, https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.121545

Ahmad, S. (2015). Green human resource management: Policies and practices. *Cogent Business & Management*, *2*(1), 1-13.

Ahmad, S. (2024). GHRM process: Step towards sustainability. İçinde M. Y. Yusliza ve D. W. S. Renwick (Edt.), *Green human resource management: A view from global south countries* (ss. 43-56). Singapore: Springer.

Ahmad, J., Al Mamun, A., Reza, M. N. H., Makhbul, Z. K. M. ve Ali, K. A. M. (2023). Green human resource management, competitive advantages, and green ambidexterity: Using partial least squares structural equation modeling and necessary condition analysis. *Environmental Science and Pollution Research*, *30*(37), 87938-87957.

Altassan, M. (2024). The nexus between green HR practices and firm sustainable performance in Saudi Arabia manufacturing industry: The role of green innovation and green transformation leadership. *Uncertain Supply Chain Management*, *12*(4), 2207-2220.

Ansori, S. ve Yusuf, R. (2023). Addressing the global environmental crisis: Strategies for sustainable development. *West Science Social and Humanities Studies*, *1*(2), 63-75.

Arora, M. ve Kaul, A. (2020). Green human resource management: An empirical study of India. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, *9*(2), 61-66.

Bajpai, D. ve Tripathi, S. N. (2023). Role of human resource in promoting sustainability, in the organizations of future. *Madhya Pradesh Journal of Social Sciences*, *28*(2), 36-54.

BAKKA (2013). *2014-2023 Batı Karadeniz Bölge Planı-Mevcut durum analizi*. Erişim adresi: http://bakkakutuphane.org/upload/dokumandosya/cilt_1_icsayfalar_spreads.pdf

BAKKA (2023a). *Batı Karadeniz 2024-2028 bölge planı-Mevcut durum analizi*. Erişim adresi: https://www.bakka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/bati-karadeniz-bp-mda.pdf

BAKKA (2023b). *Batı Karadeniz 2024-2028 bölge planı-Plan (Vizyon, stratejik öncelikler hedefler, tedbirler)*. Erişim adresi: https://www.bakka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/bati-karadeniz-bp-plan.pdf

Cahyadi, A., Natalisa, D., Poor, J., Perizade, B. ve Szabo, K. (2023). Predicting the relationship between green transformational leadership, green human resource management practices, and employees' green behavior. *Administrative Sciences*, *13*(1), 1-15.

Cheba, K., Bąk, I., Szopik-Depczynska, K. ve Ioppolo, G. (2022). Directions of green transformation of the European Union countries. *Ecological Indicators*, *136*, 1-15.

Çelebioğlu, F. ve Dall'erba, S. (2021). Using various types of location quotients to disaggregate Turkey's input-output table: An application to the production structure of region TR33. *Ege Academic Review*, *21*(3), 273-284.

Devi, S., Yadav, B., Goel, D., Kaur, S. ve Bhoyar, S. (2024). Embracing green HRM: Propelling organizational sustainability forward. *Environment and Social Psychology*, *9*(4), 1-10.

Dolge, K. ve Blumberga, D. (2021). Economic growth in contrast to GHG emission reduction measures in green deal context. *Ecological Indicators*, *130*, 1-11.

European Union (2022). Council Recommendation of 16 June 2022 on ensuring a fair transition towards climate neutrality (2022/C 243/04). *Official Journal of the European Union*, *243*, 35-51.

Fapohunda, T. M., Genty, K. I. ve Olanipekun, L. O. (2021). Green training and development practices on environmental sustainability: Evidence from Wamco Plc. *Journal of Educational Management & Social Sciences*, *2*(1), 1-19.

Fukui, H., Man, D. C. ve Phan, A. (2021). Digital earth: A platform for the SDGs and green transformation at the global and local level, employing essential SDGs variables. *Big Earth Data*, *5*(4), 476-496.

Global Green Growth Institute (2019). *Achieving global green transformation: Report summary*. Erişim adresi: https://gggi.org/wp-content/uploads/2019/11/Achieving-Green-Growth-Transformation-Report.pdf

Gu, S., Xie, M. ve Zhang, X. (2019). *Green transformation and development*. Singapore: Palgrave Macmillan.

Henzelmann, T. ve Hofinger, A. (2011). Qualifications-Investing in education. İçinde Roland Berger Strategy Consultants (Edt.), *Green growth, green profit: How green transformation boosts business* (ss. 236-245). London: Palgrave Macmillan.

Iacobuta, G. I., Brandi, C., Dzebo, A. ve Duron, S. D. E. (2022). Aligning climate and sustainable development finance through an SDG lens. The role of development assistance in implementing the Paris Agreement. *Global Environmental Change*, *74*, 1-12.

Kim, Y. J., Kim, W. G., Choi, H.-M. ve Phetvaroon, K. (2019). The effect of green human resource management on hotel employees' eco-friendly behavior and environmental performance. *International Journal of Hospitality Management*, *76*, 83-93.

Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Mukherjee, S. ve Sanyal, S. (2024). The ethics of green transformation: A business resilience-focused approach. İçinde J. Walsh (Edt.), *Business ethics-The competitive advantage of trust and reputation*, https://doi.org/10.5772/intechopen.115028

Neves, A., Godina, R., Azevedo, S. G., Pimentel, C. ve Matias, J. C. O. (2019). The potential of industrial symbiosis: Case analysis and main drivers and barriers to its implementation. *Sustainability*, *11*(24), 1-68.

OECD (2015). *Towards green growth? Tracking progress*. Erişim adresi: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2015/07/towards-green-growth_g1g53897/9789264234437-en.pdf

O'Rielly, K. ve Jeswiet, J. (2015). Improving industrial energy efficiency through the implementation of waste heat recovery systems. *Transactions of the Canadian Society for Mechanical Engineering*, *39*(1), 125-136.

Paille, P. (2022). Green human resource management: Introduction and overview. İçinde P. Paille (Edt.), *Green human resource management research: Issues, trends, and challenges* (ss. 1-6). Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.

Renwick, D. W. S. (2018). Towards an understanding of green human resource management. İçinde D. W. S. Renwick (Edt.), *Contemporary developments in green human resource management research: Towards sustainability in action?* Abingdon, Oxon & New York, NY: Routledge.

Republic of Rwanda (2022). *Revised green growth and climate resilience: National strategy for climate change and low carbon development*. Kigali, Rwanda: Ministry of Environment.

Saeed, B. B., Afsar, B., Hafeez, S., Khan, I., Tahir, M. ve Afridi, M. A. (2019). Promoting employee's proenvironmental behavior through green human resource management practices. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *26*(2), 424-438.

Shah, M. (2019). Green human resource management: Development of a valid measurement scale. *Business Strategy and the Environment*, *28*(5), 771-785.

Siyambalapitiya, J., Zhang, X. ve Liu, X. (2018). Green human resource management: A proposed model in the context of Sri Lanka's tourism industry. *Journal of Cleaner Production*, *201*, 542-555.

Ulusoy, A., Atılgan, A., Rolbiecki, R., Jagosz, B. ve Rolbiecki, S. (2024). Innovative approaches for sustainable wastewater resource management. *Agriculture*, *14*(12), 1-17.

Zafer Kalkınma Ajansı (2024a). *TR33 bölgesinde sanayi ve tarımda yeşil fırsatlar*. Erişim adresi: https://zafer.gov.tr/magazines?seotitle=/News/raporlar-strateji-belgeleri/raporlar/diger-rapor-ve-analizler

Zafer Kalkınma Ajansı (2024b). *TR33 bölgesi 2024-2028 bölge planı- Mevcut durum analizi*. Erişim adresi: https://zafer.gov.tr/magazines?seotitle=/News/raporlar-strateji-belgeleri/raporlar/diger-rapor-ve-analizler

Zafer Kalkınma Ajansı (2024c). *TR33 bölgesi 2024-2028 bölge planı-Ana plan metni*. Erişim adresi: https://dokuman.zafer.gov.tr/uiassets/filemanagement/FAAL%C4%B0YETLER/Planlama/TR33%20B%C3%B6lgesi%20B%C3%B6lge%20Plan%C4%B1/TR33BolgePlani2024-2028.pdf

EXTENDED ABSTRACT

This study explores green transformation and green human resource management (GHRM) practices in two regions of Turkey: TR33 (comprising Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, and Uşak) and TR81 (comprising Zonguldak, Karabük, and Bartın). The primary aim is to investigate the development of green transformation processes at the regional level and examine the role of human resources management (HRM) practices in supporting these processes. The study seeks to answer the following fundamental questions: "What are the green transformation measures in the TR33 and TR81 regions?" and "What potential GHRM practices could contribute to the green transformation measures in the TR33 and TR81 regions?" This study offers a novel contribution to the literature by providing a new perspective on the integration of green transformation and GHRM strategies. While existing studies predominantly focus on the impact of environmental sustainability and green transformation on production processes, this study analyzes the issue from the HRM perspective. Furthermore, it highlights the sectoral and regional differences in the application of GHRM practices, offering insights into how workforce management strategies can be more effectively developed to contribute to regional sustainable development goals. The importance of the study stems from the growing recognition of organizations' roles in addressing global environmental challenges and achieving sustainable development goals. Issues such as climate change, global warming, pollution, and environmental degradation are increasingly influencing organizations,

pushing them to adopt more sustainable business practices. In this context, the need for green transformation is becoming more pronounced. It is also clear that this transformation is significantly impacting HRM strategies. The concept of green transformation has gained significant attention in recent years as a response to the increasing environmental challenges and the need for sustainable development. Green transformation involves the efficient management of natural resources, the adoption of eco-friendly economic tools, the support of innovative projects, and the promotion of sustainable production and consumption models. This process seeks to align economic development with environmental sustainability, making it an essential strategy for addressing global environmental issues, while also fostering long-term social and economic well-being. Incorporating GHRM plays a crucial role in this transformation by encouraging organizations to adopt environmentally friendly practices. GHRM focuses on integrating environmental sustainability into the core of HR practices, including recruitment, training, performance management, and employee engagement. By promoting eco-friendly initiatives and fostering a culture of sustainability, organizations can reduce their carbon footprint and contribute to environmental preservation. Furthermore, GHRM aligns employees' values with the organization's green goals, creating a workforce that is both motivated and engaged in contributing to the green transformation agenda. This study compares green transformation and potential GHRM practices in the TR33 and TR81 regions, selected due to their distinct economic structures. In December 2024, document analysis was employed to examine regional plans and sectoral reports from both regions, accessed via development agency websites. The analysis of green transformation measures involved systematic coding and content analysis, with data organized in Microsoft Excel 2013. The findings were cross-verified by two independent researchers to ensure reliability. Based on the analysis, potential GHRM practices were suggested to support and enhance green transformation efforts in both regions. The findings indicate that the TR33 and TR81 regions adopt different strategies for green transformation and regional development. TR33 focuses on enhancing energy efficiency in livestock and agriculture-based industries, promoting sustainable practices such as heat loss management, waste heat recovery, solar energy integration, water efficiency, and wastewater recycling. It also encourages eco-friendly packaging to support sustainable production. In contrast, TR81 emphasizes sustainability in energy-intensive sectors like steel, mining, and thermal power plants, focusing on resource efficiency, district heating from waste heat, and wastewater treatment improvements. TR81 aims to create sustainable industrial infrastructure through green industrial zones and eco-industrial parks. Thus, TR33 prioritizes sustainability in livestock and agriculture-based industries as well as resource management, while TR81 targets energy efficiency and industrial transformation. GHRM practices in the TR33 and TR81 regions are focused on supporting green transformation, with each region's practices customized to meet its specific needs. In TR33, the focus could be on recruiting experts in renewable energy for agricultural facilities and skilled workers in water efficiency and wastewater management within the textile sector. Training in sustainable practices, such as eco-friendly packaging and design in the food industry, could be emphasized. It might also be beneficial to expand green performance evaluations to include energy use, water conservation, and carbon footprint, along with offering incentives for employees contributing to green initiatives. Ensuring safety measures to protect workers from harmful chemicals in agriculture and industry could be prioritized. In TR81, the focus could be on recruiting specialists in energy efficiency and wastewater treatment for the iron-steel and mining sectors. Technical training on renewable energy sources, like wind and wave energy, might be needed to strengthen the green energy infrastructure. Green performance evaluations could address energy savings, water efficiency, and waste management, with incentives such as bonuses for employees involved in energy production from waste heat. Additionally, enhanced safety measures for workers exposed to extreme heat, dust, and heavy metals could be critical. The limitations of this study are primarily due to its focus on green transformation and GHRM practices within the TR33 and TR81 regions, which excludes other regions. As a result, the findings are geographically constrained and may not fully reflect the diversity of green transformation processes across different areas. Furthermore, the study concentrates on specific sectors, including agriculture, livestock, manufacturing, mining and iron-steel, while neglecting other industries where green transformation and GHRM practices could also play a significant role. This sectoral and geographical focus may limit the broader implications of the findings. Future research should prioritize comparative studies of green transformation and GHRM practices across a wider range of regions and sectors.

Ekler

Ek 1. *TR33 ve TR81 Bölgelerinde Yeşil Dönüşüm Tedbirleri*

Kodlar	***Temalar***	***TR33 Bölgesi***	***TR81 Bölgesi***
Enerji	Enerji verimliliği uygulamaları	• Sanayide ısı kaybı yönetimi ve atık ısının geri kazanılması • Hayvancılıkta verimli havalandırma ve LED aydınlatma kullanılması • Tarımsal üretimde insansız hava araçlarıyla hassas ilaçlama yapılması	• Demir-çelik ve madencilik gibi enerji yoğun sektörlerde üretim optimizasyonu yoluyla verimlilik artırılması • Termik santrallerde atık ısıdan bölgesel ısıtma sağlanması
	Yenilenebilir enerji kullanımı	• Endüstriyel tesislerde ve tarımsal üretimde güneş enerjisi sistemlerinin entegrasyonu • Hayvansal ve bitkisel atıklardan biyogaz üretimi yoluyla sürdürülebilir enerji kaynaklarının kullanılması	• Dalga ve rüzgâr enerjisi potansiyelinin değerlendirilerek yenilenebilir enerji projelerinin geliştirilmesi • Hidrojen sülfürün hidrojen enerjisi üretiminde kullanımı üzerine çalışmalarının teşvik edilmesi
Su	Su verimliliği uygulamaları	• Sanayide yüksek basınçlı sistemlerle su kayıplarının minimize edilmesi • Boru hatlarında izolasyon ve debimetre kullanımıyla su tüketiminin izlenmesi ve optimize edilmesi • Yağmur suyu hasadıyla sürdürülebilir bir su kaynağı oluşturulması • Gıda sektöründe kuru temizleme yöntemleri yoluyla su tasarrufu sağlanması • Fabrikalarda sensörlü sistemler ile su israfının önlenmesi • Tekstil sektöründe doldur-boşalt yıkama tekniğiyle su tüketiminin azaltılması • Tarımda damla sulama gibi verimli sulama tekniklerinin uygulanması	• Su verimliliğinin artırılması için toplumsal bilinçlendirme ve eğitim faaliyetleri düzenlenmesi • Özellikle madencilik, demir-çelik ve ana metal sanayi sektörlerinde su verimliliğine odaklanılması • Termik santrallerde soğutma suyu döngülerinin optimize edilmesi ve suyun daha verimli kullanılması için ileri teknolojilerin uygulanması
	Atık su yönetimi	• Zeytinyağı üretiminde yüksek organik yüklü karasuyun sıkıştırmalı evaporatör ve membran arıtma teknolojileriyle bertaraf edilmesi • Süt işleme tesislerinde ters ozmoz yöntemiyle atık suyun geri kazanılması ve üretim süreçlerinde yeniden kullanılması	• Endüstriyel kirleticilerin etkili bir şekilde kontrol edilmesi ve su kaynaklarının korunmasına yönelik önlemlerin uygulanması • Endüstriyel atık su altyapısının modernize edilmesi ve mevcut arıtma tesislerinin kapasite ve verimliliklerinin artırılması
Döngüsel ekonomi	Döngüsel ekonomi uygulamaları	• Endüstriyel simbiyoz ile atıkların başka şirketler tarafından hammadde olarak yeniden kullanılması • Özellikle gıda sanayisinde organik atıkların gübre, hayvan maması veya biyogaz üretiminde değerlendirilmesinin teşvik edilmesi • Çevre dostu ve geri dönüştürülebilir ambalaj kullanımının yaygınlaştırılması	• Döngüsel ekonomi farkındalığının artırılması için üretici ve tüketicilerin bilinçlendirilmesi • Orman ürünleri sektöründe, ortaklaşa çalışan tesislerin kurulması, atıkların yeniden kullanımı ve kaynak verimliliğinin artırılması • Yeşil OSB'ler ve eko-endüstriyel parklar kurularak sanayi altyapısının modernize edilmesi

Ek 2. *TR33 ve TR81 Bölgelerinde Potansiyel YİKY Uygulamaları*

Kodlar	***TR33 Bölgesi***	***TR81 Bölgesi***
Yeşil işe alım	• Tarımsal üretim tesislerinde yenilenebilir enerji sistemleri konusunda uzmanlaşmış bireylerin istihdamı • Tekstil sektöründe su verimliliği ve atık su yönetimi alanlarında yetkin çalışanların işe alınması	• Demir-çelik ve ana metal sanayisinde enerji ve su verimliliği ile atık su arıtma süreçlerinde uzman kişilerin istihdamı • Yeşil OSB'lerde çevre ve sürdürülebilirlik alanında uzmanlaşmış bireylerin görevlendirilmesi • Dalga ve rüzgâr enerjisi projelerinin geliştirilmesine yönelik uzman adayların seçimi
Yeşil eğitim ve geliştirme	• Tarım sektöründe, modern ilaçlama ve verimli sulama teknikleri üzerine seminerler düzenlenmesi • Hayvancılık sektöründe, LED aydınlatma teknolojileri ve biyogaz sistemleriyle ilgili atölye çalışmaları yapılması • Gıda sektöründe çevre dostu ambalaj kullanımı ve sürdürülebilir tasarım üzerine eğitim programları düzenlenmesi	• Dalga ve rüzgâr enerjisi potansiyelinin kullanımı için teknik eğitimler verilmesi ve proje geliştirme programları düzenlenmesi • Madencilik sektöründe atık su arıtımı ve yeniden kullanımına yönelik teknik eğitimler verilmesi • Orman ürünleri sektöründe atık yönetimi, kaynak verimliliği ve geri dönüşüm konusunda çalışanların geliştirilmesi • Termik santrallerden çıkan atık külün çimento üretiminde kullanılması gibi döngüsel ekonomi uygulamalarına yönelik eğitimler düzenlenmesi
Yeşil performans değerlendirme	• Tekstil sektöründe birim başına enerji ve su tüketiminin düşürülmesine yönelik hedeflerin performans değerlendirmeye yansıtılması • Gıda sanayisinde, atıkların geri dönüştürülmesi için fikir geliştirme etkinlikleri düzenlenmesi • Tarım sektöründe sulama verimliliği ve organik atıkların biyogaz üretimi için kullanımı gibi performans ölçütleri belirlenmesi	• Demir-çelik sektöründe, enerji tasarrufu, su verimliliği ve atık yönetimi gibi performans ölçütlerinin düzenli olarak gözden geçirilmesi • Madencilik sektöründe, kömür yıkama süreçlerinde atık suyun yeniden kazanımına yönelik faaliyetlerin performans değerlendirme sürecine dâhil edilmesi
Yeşil ücret ve ödül yönetimi	• İmalat sanayisinde enerji ve su verimliliği projelerine katkı sağlayan çalışanların tasarruf oranına göre finansal ödüllerle ödüllendirilmesi • Hayvancılık sektöründe enerji verimliliği sağlayan yenilikçi çözümler geliştiren çalışanlara, ücret artışı veya terfi gibi ödüller sunulması	• Atık ısıdan enerji üretimi ve bölgesel ısıtma projelerine katkı sağlayan çalışanlara, ücret artışı sağlanması • Madencilik ve demir-çelik sektörlerinde su tasarrufu projelerine katkı sağlayan çalışanlara, sağlanan tasarruf miktarına göre prim verilmesi • Endüstriyel atıkların yeniden kullanımı ve döngüsel ekonomi projelerine katkı sağlayan çalışanlara, ödül ve kariyer fırsatları sunulması
Yeşil iş sağlığı ve güvenliği	• Tarım ve sanayide su tasarrufu projeleri kapsamında kullanılan kimyasalların çalışan sağlığına zarar vermeyecek şekilde yönetilmesi ve kişisel koruyucu ekipman kullanımının zorunlu hale getirilmesi • Organik atıkların geri dönüştürülmesi süreçlerinde çalışanların biyolojik ve kimyasal risklere karşı korunması için güvenlik protokollerinin oluşturulması	• Demir-çelik ve madencilik gibi sektörlerde üretim optimizasyonu sağlanırken, çalışanların yüksek ısı, toz ve ağır metaller gibi risklere maruz kalmasını azaltan güvenlik önlemlerinin artırılması • Atık ısıdan bölgesel ısıtma sağlanırken, çalışanların aşırı sıcak ortam koşullarına karşı korunması ve ergonomik çalışma alanlarının oluşturulması

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Pygmalion Etkisi Tutumu İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Şerif Ahmet DEMİRDAĞ[1], Eray TURPCU[2] ve Ali İSKENDER[3]

Öz

Bu araştırma, otel işletmelerinde çalışanların Pygmalion etkisi tutumları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Otel işletmelerinde çalışanların sahip olduğu örgütsel bağlılığın Pygmalion etkisine yönelik tutumları üzerinde etkisi olabileceği varsayılmış ve böyle bir araştırma yapma gereksinimi ortaya çıkmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemiyle, 15 Şubat – 11 Nisan 2024 tarihleri arasında İzmir ilinde faaliyet gösteren işletme belgeli otel işletmelerinden toplam 456 çalışandan kullanılabilir veri elde edilmiştir. Nicel araştırma deseninin kullanıldığı bu araştırmada, verilerin analizinden elde edilen sonuçlara göre katılımcıların Pygmalion etkisi tutumları ve alt boyutları ile örgütsel bağlılık düzeylerine ilişkin ifadelere yüksek oranda katıldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, çalışanların Pygmalion etkisi tutumları ve örgütsel bağlılık düzeyleri bireysel özellikleri açısından karşılaştırıldığında, bekâr olan katılımcıların evli ve çocuksuz katılımcılara oranla normatif bağlılıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların Pygmalion etkisi tutumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Değişkenlerin alt boyutları arasında da bazı anlamlı ve pozitif ilişkiler bulunmuş olup, bulgularda detaylı olarak yer verilmiştir. Ayrıca yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucuna göre, katılımcıların genel örgütsel bağlılıklarına ilişkin algılarındaki değişikliğin %7,5'i yöneticilerin Pygmalion tutumları tarafından açıklandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pygmalion Etkisi, Örgütsel Bağlılık, Oteller

The Relationship Between Pygmalion Effect Attitude and Organizational Commitment: A Research On Hotel Employees

Abstract

This research explores the relationship between the Pygmalion effect attitudes and organizational commitment of hotel employees. The survey technique was used as a data collection tool in the research. Usable data was obtained from 456 employees from hotel establishments (with Tourism Business Certificate) operating in İzmir between 15 February and 11 April 2024 by convenience sample method. The research focused only on the mentioned variables, other organizational behaviors were excluded from the scope of the research, and only hotel establishments in Izmir were included in the scope of the research. In this paper, in which a quantitative research design was used, according to the results obtained from the analysis of the data, it was concluded that the participants highly agreed with the statements regarding the Pygmalion effect attitudes and organizational commitment levels and their sub-dimensions. However, when employees' Pygmalion effect attitudes and organizational commitment levels were compared in terms of their individual characteristics, it was determined that single participants had higher normative commitment than married and no children participants. When the relationship between the variables was examined, a positive and low-level significant relationship was found between the participants' Pygmalion effect attitudes and their organizational commitment levels. Some significant and positive relationships were also found between the sub-dimensions of the variables and are detailed in the findings section. In addition, according to the results of the simple linear regression analysis, it was concluded that 7.5% of the change in the participants' perceptions of their general organizational commitment was explained by the Pygmalion attitudes of the supervisors.

Keywords: Pygmalion Effect, Organizational Commitment, Hotels

Atıf İçin / Please Cite As:

Demirdağ, Ş. A., Turpcu, E. ve İskender, A. (2025). Pygmalion etkisi tutumu ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Otel işletmeleri çalışanları üzerine bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1203-1221. doi:10.33206/mjss.1497595

Geliş Tarihi / Received Date: 07.06.2024 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 12.05.2025

[1] Doç. Dr.- Giresun Üniversitesi, Bulancak Kadir Karabaş Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, demirdagserifahmet@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4317-5727

[2] Dr. Öğr. Üyesi - Giresun Üniversitesi, Bulancak Kadir Karabaş Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, eray.turpcu@giresun.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2732-6222

[3] Doç. Dr. - Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ali.iskender@atauni.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2753-1242

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Bağlılık, kısa vadeli istek veya ilgilerdeki dalgalanmalara rağmen bir görev veya faaliyette sebat gösterme olarak tanımlanabilir. Bağlılık, insanların motivasyonunu dengeleyerek onların baştan çıkarıcı ve dikkat dağıtıcı unsurlara direnmelerini sağlar. Böylelikle birden fazla katılımcının daha uzun zaman aralıklarında birbirine güvenmesini gerektiren karmaşık görev ve etkinliklerin planlanmasını ve yürütülmesine olanak sağlar. Örgütsel açıdan bu, kendini adamış olan çalışanların işlerini profesyonel bir şekilde yürütme konusunda birbirlerine güvenebilecekleri ve bu sayede daha yüksek performans ve memnuniyet düzeylerine ulaşabilecekleri anlamına gelir. Hatta eğer işverenler çalışanlarının bağlılıklarını sürdüreceklerine güvenebilirlerse, bu durum izleme ihtiyacını azaltabilir ve çalışanların mesleki gelişimlerine yatırım yapma isteklerini artırabilir. Buna karşılık, düşük çalışan bağlılığı, yüksek işten ayrılma oranlarına ve dolayısıyla maliyetlerin boşa gitmesine ve potansiyel itibar kaybına neden olabilir (Zarwi, Marchand, Kennard ve Michael, 2023). Diğer taraftan, işletme ve yöneticiler çalışanlarından en yüksek faydayı elde etmek ister ve bu yönde bir beklenti içine girerler. Yöneticilerin bu beklentilerini farklı biçimlerde çalışanlarına yansıtma eğilimleri literatürde "Pygmalion etkisi" olarak nitelendirilmektedir (Eden, 1984: 64; Rosenthal ve Jacobson, 1968). Çalışanların bu beklentilere yönelik tutumları ise birbirinden farklılık gösterebilmektedir. Keleş ve Tuna (2016: 377) tarafından da belirtildiği gibi, çalışanların bu beklentiler doğrultusunda davranış sergilemelerinde kendi kişisel özellikleri ve örgütsel etkenler etkin rol oynamaktadır. Her ne kadar örgüt üyelerinin kişisel özellikleri birbirinden farklı olsa da tutum, davranış ve performans gibi faktörlerin üzerinde örgütsel etkenlerin rolü de ön plana çıkmaktadır. Bu noktada, çalışanların işlerinden duyduğu tatmini, örgüte ve işletmeye olan bağlılıklarını ve performanslarını olumlu yönde etkilemek için yönetici ve diğer örgüt üyelerinin çalışanlarına güven vermesi ve çalışanlarını yüksek beklentilerle motive etmesi önemlidir. Turistik tüketici ve hizmet üreticileri rollerinde yoğun insan ilişkilerinin yaşandığı otel işletmelerinde de bu türden örgütsel davranışlar, örgütün varlığı ve sürdürülebilirliği açısından hayati öneme sahiptir. Çünkü beşerî ilişkilerin oldukça fazla ve önemli olduğu bu tür işletmelerde tecrübeli, yetenekli ve donanımlı çalışanların elde tutulması gerekmektedir. Aksi halde, birçok faktörden olumlu ya da olumsuz etkilenebilen tatmin, güven, bağlılık gibi çalışan duyguları olumsuz yönde etkilendiğinde, çalışanlarda tatminsizlik, iş yavaşlatma, işletme ve örgüte zarar verme ve hatta iş bırakma gibi eylemlerin ortaya çıkabileceği düşünülebilir. Böyle durumlarla karşılaşmamak için, yöneticilerin çalışan-iş-örgüt dengesini doğru ve iyi bir şekilde yürütmesi gerekmektedir.

İşletmelerde çalışan örgüt üyelerinin sergilediği (ya da sergilemesi beklenen) üstün performansın ya da verimliliğin, işletmedeki yöneticilerin tutum, davranış ve beklentileri ile şekillenebileceğini belirtmek mümkündür. Diğer bir ifadeyle, çalışanların performans ve verimli olma durumu ile yöneticilerin onlara karşı sergilediği tutum, davranış ve beklentileri yakın ilişkilidir. Örgütüne ve işine yüksek düzeyde bağlılık duyan çalışanların sergileyeceği performansın da yüksek düzeyde olacağı şüphe götürmez bir gerçektir. Dolayısıyla, çalışanların örgütüne olan bağlılık düzeylerini artırma noktasında ceza-ödüllendirme, terfi olanakları vb. faaliyetlerde yöneticilerin doğru ve adaletli bir yönetim anlayışını benimsemeleri önem arz etmektedir. Buradan hareketle, çalışanların örgütsel bağlılıkları ile yönetici beklentisiyle açıklanan Pygmalion etkisi değişkenleri arasında ilişkili olduğu düşünülmüş ve böyle bir çalışma yapma gereksinimi ortaya çıkmıştır. Ayrıca, hem ulusal hem de uluslararası anlamda özellikle turizm alanında yapılmış olan Pygmalion etkisi ile örgütsel bağlılık ilişkisine yönelik yeterli sayıda akademik çalışmaya rastlanamamış olması da bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde etken rol oynamış olup, bu durum aynı zamanda çalışmanın özgün nitelikte olduğunu da göstermektedir. Elde edilen sonuçlarla birlikte bu çalışmanın, Pygmalion etkisi ve örgütsel bağlılığa ilişkin teorik anlamda literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte, uygulamada da verimlilik, performans ve yönetici-çalışan ilişkileri açısından otel yöneticileri, çalışanlar ve politika uygulayıcıları için teorik rehberlik sağlayabileceği de düşünülmektedir. Bu düşünceden hareketle bu araştırmanın amacı, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin Pygmalion etkisi tutumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu kapsamda, araştırmanın takip eden bölümlerinde öncelikle Pygmalion etkisi ile örgütsel bağlılık kavramları ve ilgili akademik çalışmalara yer verilmiş olup, daha sonra araştırma verilerinin analizinden elde edilen bulgulara, yorumlarına ve sonuç-öneriler bölümüne yer verilmiştir.

Pygmalion Etkisi

Sürdürülebilirlik ve karlılık için insan ilişkilerinin ve tüketici memnuniyetinin oldukça önemli rol oynadığı işletmelerde (özellikle hizmet işletmelerinde), örgütün amaç ve hedeflerine ulaşabilmesi adına yönetim ve çalışanların iş birliği içinde koordineli olarak çalışması gerekmektedir. Bu kapsamda yöneticiler, etik kurallar çerçevesinde adil ve adaletli bir şekilde çalışanları iyi organize etmeli ve onlardan beklentilerini açık ve anlaşılır bir şekilde ifade etmelidir (Demirdağ ve Turpcu, 2023: 2480). Çünkü insanlar, çoğu zaman

kendilerinden bekleneni yapar. İnsan davranışlarının çoğu, herhangi bir bireyin belirli bir durumda nasıl davranacağına dair kehanetlerde bulunmayı mümkün kılan, geniş çaptaki norm ve beklentiler tarafından yönetilmektedir (Rosenthal ve Jacobson, 1968: vii). Öyle ki, insanların kişisel hayatlarında büründüğü birden fazla rol ile de bu durum açıklanabilir. Örneğin; evde anne-baba, okulda öğretmenler, işletmede çalışanlar ya da yöneticiler gibi pek çok farklı rol, insanların kendilerinden beklendiği gibi davranmasına ilişkin davranışları yönetebilmektedir.

Kavram olarak Pygmalion, insanların gerçekleşmesini arzu ettikleri ya da gerçek olarak algıladığı herhangi bir şeyin, öyle ya da böyle gerçekleşeceğini ifade eden bir mitostur (Gürel ve Muter, 2007: 561). Aslında oldukça eskilere dayanan ve derin bir kavram olan Pygmalion; yönetim, ekonomi, siyaset, bilim, sağlık, psikoloji, eğitim ve sanat gibi birçok disiplinde kabul görmüş ve ilişkilendirilmiştir (Sezgin, 2018: 200). Ancak bu araştırmada, araştırmanın kısıtı olarak da kabul edilebilecek şekilde Pygmalion etkisi kavramı sadece işletme/yönetim alanında ele alınmıştır. Dolayısıyla, Pygmalion etkisi işletmeler açısından ele alındığında, yönetici pozisyonundakilerin astlarından daha fazlasını bekledikleri, artan performansa ilişkin kendini gerçekleştiren kehanetin (KGK) özel bir durumu olarak ortaya çıkmaktadır. Akademik anlamda Pygmalion etkisini deneysel olarak ilk inceleyen araştırmacılar Rosenthal ve Jacobson'dır (1968). Araştırmacıların "Pygmalion in the Classroom – Teacher Expectation and Pupils' Intellectual Development (Sınıfta Pygmalion – Öğretmen Beklentisi ve Öğrencilerin Entelektüel Gelişimi)" isimli eseri, öğretmenlerin beklentileri ve öğrencilerin entelektüel gelişimi ile ilgilidir. Söz konusu eserde, araştırmacılar öğretmen beklentisinin basit bir manipülasyonla öğrenci başarısını artırabileceğini deneysel olarak kanıtlayarak, KGK'in bu özel durumunu "Pygmalion etkisi" olarak adlandırmıştır. Burada karıştırılmaması gereken husus, Rosenthal ve Jacobson (1968) Pygmalion etkisini KGK kapsamında deneysel olarak ele almıştır. Diğer yandan gerek KGK gerekse Pygmalion kavramının tarihi çok daha eskilere dayanmaktadır. KGK kavramını sosyal ve sosyo-psikolojik bir durum olarak ilk ortaya koyan araştırmacı ise bazı kişilerin sendikacılar tarafından grev kırıcı olarak sendikalara kabul edilmediğini ve bu kişilerin zamanla bu imajı benimsediklerini tartışan Merton (1948) olmuştur. Daha sonraları ise fotoğrafı çekilen kişilerin deneyci beklenti değerlendirmelerinin etkisinin incelendiği diğer beklenti araştırması Rosenthal ve Fode (1961) tarafından gerçekleştirilmiştir. Aynı yıllarda benzer bir şekilde, Rosenthal ve Lawson'ın (1964) sıçanlar ve deneycinin önyargıları üzerine yaptığı çalışmanın sonuçları da beklenti çalışmaları kapsamında benzer etkiler olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Daha öncede belirtildiği üzere, oldukça eskilere dayanan Pygmalion kavramının tarihi Yunan mitolojisinde metafor olarak kullanılan Pygmalion mitine kadar uzanmaktadır. Law'a göre (1932), mitosla ilgili ulaşılmış kesin, net ve doğrulayıcı kaynaklar olmayıp, Pygmalion ile ilgili hemen her hikâyede Kıbrıslı Pygmalion'un bir heykele âşık olduğu ve ardından bu heykelin canlandığı belirtilmektedir. Dolayısıyla, Pygmalion kavramı Kıbrıslı heykeltıraş Pygmalion'un Galatea adında bir heykel yaparak ona âşık olması ve heykelin canlanmasıyla birlikte heykeltıraşın beklentilerinin gerçek olmasıyla birlikte başlamıştır (Kierein ve Gold, 2000: 914). 1900'lü yılların başlarında Bernard Shaw bu efsaneden çok etkilenmiş ve söz konusu efsaneyle ilgili oldukça başarılı ve popüler bir oyun kaleme almıştır. Shaw'un en büyük popüler başarılarından biri olan Pygmalion, 1912'de yazıldı ve ilk kez "The Quintessence of Ibsenism (İbsenizmin Özü)"'in de gözden geçirilmiş baskısının yapıldığı yıl olan 1913'te Berlin'de yayımlandı (Crane, 1951: 881). Pygmalion'un daha sonra müzikale dönüştürülen bu oyununun temel noktası, insanların başkalarını görmesi ve davranışlarını bu kapsamda iyiye ya da kötüye dönüştürmesidir. Bu noktada, Pygmalion etkisinin bir kişi veya bir grup insanın diğerlerinin beklentilerine göre hareket etmesini içerdiğini belirtmek gerekir. İnsanlar belirli bir durumda kendilerine yüklenen daha yüksek beklentileri içselleştirebilir ve bir dereceye kadar bu beklentileri karşılayacak şekilde davranabilirler. Örneğin, eğer bir yöneticinin yeni işe alınan çalışanlardan beklentileri daha yüksekse ve diğer her şey eşitse, bu yeni çalışanlar diğer çalışanlardan (beklentilerin yüksek olmadığı) daha iyi performans gösterebilir (Kierein ve Gold, 2000: 913-914). Burada yönetici adaletinden ve örgütsel adaletten bahsetmek de mümkündür. Çünkü, yönetici işlerin işleyişi ve verimlilik açısından çalışanlardan yüksek performans beklerken, bunu çalışanlara eşit ve adil bir şekilde davranarak gösterebilir. Örgütsel bağlılık kavramına geçmeden önce, turizm sektörü ve diğer alanlarda Pygmalion etkisi üzerine yapılmış olan bazı akademik çalışmalara değinmekte fayda olduğu söylenebilir. Bu kapsamda, konuyla ilgili ulaşılmış olan bazı önemli akademik çalışmalara kronolojik olarak aşağıda yer verilmektedir.

Ulaşılmış olan önceki çalışmalar (Law, 1932; Merton, 1948; Crane, 1951 gibi), Pygmalion ya da KGK ile ilgili daha çok betimleyici özellik taşımakta olup, kavramın nereden geldiği ve nasıl şekillendiği üzerine odaklanmıştır. Daha sonraları ise deneysel çalışmalarla (Rosenthal ve Fode, 1961; Rosenthal ve Lawson, 1964; Rosenthal ve Jacobson, 1968 gibi) ilgili kavramlar desteklenmiştir. Örneğin, Rosenthal ve Fode (1961)

fotoğrafları çekilen kişilerin deneyci beklenti değerlendirmelerinin etkisini incelemiştir. Yaptıkları çalışma, araştırmacıların katılımcı eylemi beklediği hipotezini destekleyen sonuçlara ulaşmıştır. Benzer şekilde Rosenthal ve Lawson'ın (1964) sıçanlar ve deneycinin önyargıları üzerine yaptığı çalışmanın sonuçları da benzer etkileri göstermiştir.

Özellikle Pygmalion etkisi konularında popüler çalışmaları olan Eden (1984), mevcut durumun gözden geçirilmesiyle birlikte beklentilerin nasıl artırılacağı, hangi astların en çok etkilendiği, Pygmalion'un olumlu ve olumsuz olduğu, etik kaygılar da dâhil olmak üzere gelecekteki araştırma ya da uygulamalara yönelik potansiyel uygulamalar önermiştir. Ayrıca araştırmacı, iş yerinde en uygun KGK üzerine de birtakım önerilerde bulunmuştur. Araştırmacı bu çalışmasında, Pygmalion'un hedef belirleme ve beklenti teorisini bütünleştiren bir model sunduğunu belirtmektedir. İlerleyen yıllarda Eden (1988), verimliliği artırmanın uyumlu yollarıyla ilişkili olarak Pygmalion, hedef belirleme ve beklenti üzerine yaptığı çalışmada beklentinin kavramsallaştırılmasını ve işlevselleştirilmesini konu edinmiştir. Çalışmada, Pygmalion, hedef belirleme ve beklenti teorisini bütünleştiren bir model üzerine yoğunlaşılmıştır. Ayrıca çalışmada, sübjektif başarı olasılığı nedeniyle beklentiyi ölçmenin bazı dezavantajlarının olduğu ve bu kapsamda önerilen bazı alternatif ölçümler olduğu belirtilmektedir. Uygulamalı eğitim yoluyla Pygmalion liderlik tarzının yerleştirilmesi üzerinde çalışma yapan Eden vd. (2000), bir eğitim çalıştayı kapsamında çalışmalarını sürdürmüştür. Bu eğitim çalıştayı, bir günlük bir alışma deneyiminden, Pygmalion kavramlarının öğrenilmesini, beceri uygulama egzersizlerini, planlama uygulamasını ve takip oturumlarını içeren üç günlük bir program ve yedi deney ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılara göre Pygmalion liderlik tarzı, astlara yüksek performans beklentileri ileten, destekleyici bir iklim yaratan ve astların başarılarını istikrarlı ve iç nedenlere bağlayan bir tür yönetici davranışıdır. Yapılan bu çalışmanın farklı aşamalarında, genel itibariyle Pygmalion etkisinin işe yaradığı tespit edilmiştir. Kabul gören bu sonuçlar aslında, Pygmalion olgusunun yönetsel liderliğe yönelik en ileri yaklaşımlarla ilişkili olduğunu da ortaya koymuştur.

Pygmalion etkisi ölçeğinde yer alan alt boyutlar, ölçeğin de kullanılmasıyla ilgili olarak izin alınan Eden vd. (2000) tarafından şu şekilde açıklanmaktadır; genel öz-yeterlilik boyutu, yöneticilerin çalışanlar ve kendileriyle ilgili kişisel değerlendirmelerini kapsamaktadır. Gerçekleştirilen bu araştırmada otel işletmeleri çalışanları araştırma kapsamında olduğu için, yöneticilerin çalışanlar nezdinde değerlendirilmesi üzere araştırmacılardan (Eden vd.) gerekli izin alınarak otel çalışanlarına göre uyarlanmıştır. Yönetsel öz-yeterlilik boyutu, yöneticilerin yönetimsel rollerini başarılı bir şekilde yerine getirme konusunda kendilerini ne ölçüde yeterli hissettikleri ile ilgili olan boyuttur. Gerçekleştirilen bu çalışmada ise yöneticiler yerine çalışanların yöneticilerini bu konuda nasıl değerlendirdiği kapsamında ilgili boyut ifadeleri otel çalışanlarına göre uyarlanmıştır. Pygmalion tutum endeksi boyutu yöneticilerin astlarından ne kadar etkili olmalarını bekledikleri ile ilgili ifadelere sahip olan boyuttur. Bu çalışmada çalışanların bu beklentileri nasıl algıladığı ile ilgili olarak boyutta yer alan ifadeler otel çalışanlarına göre uyarlanmıştır.

Pygmalion etkisi ile ilgili yapılmış olan akademik çalışmalar incelendiğinde; Kierein ve Gold (2000), Pygmalion etkisinin deneysel çalışmalar, nitel incelemeler ve meta-analizlerle eğitim ortamlarında ve örgütsel ortamlarda incelendiğini belirterek, Pygmalion literatürünün geniş kapsamlı incelemesini gerçekleştirmiş ve çalışma yaptıkları zamana kadarki genel bulguların bir analizini derinlemesine incelemiştir. İlgili çalışmada araştırmacıların amacı, Pygmalion etkisinin iş ortamında ne ölçüde etkili olduğu ve Pygmalion etkisini hafifletebilecek değişkenlerin niceliksel olarak incelenmesi olduğu şeklinde belirtilmektedir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre, Pygmalion etkisinin iş ortamlarında üretilebileceği hipotezini destekleyen sonuçlara ulaşıldığı belirtilmektedir. Pygmalion etkisi ile ilgili sorunları inceleyen ve bu kapsamda birtakım çözüm önerileri geliştiren White ve Locke (2000: 402), Pygmalion etkisini liderin ast performansına yönelik beklentilerinin bilinçaltında lider davranışını ve ast performansını etkileyebilecek bir durum olarak betimlemiştir. Ayrıca araştırmacılar, örgüt üyelerine bilinen potansiyellerine ilişkin gerçeklerle çelişecek biçimde farklı davranıldığında ciddi örgütsel adalet sorunlarının ortaya çıkacağını belirtmektedir. Diğer bir ifadeyle, insanlar kendilerine haksız davranıldığını düşündüğünde örgütsel adalet kapsamında olumsuz sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Yücel (2013) tarafından sektör ayrımı gözetmeksizin yapılan, Pygmalion etkisi kapsamında yönetici beklentilerinin astları tarafından algılanmasının performans üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmada, Pygmalion etkisi kapsamındaki beklentilerin performans üzerinde olumlu etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, astlar tarafından algılanan bu tutumun yönetici beklentisi ve performans üzerinde kısmi aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir. Bayram (2014) tarafından otel işletmelerinde yönetici ve çalışanlar arasında Pygmalion etkisinin araştırıldığı çalışmada, yönetici ve çalışanlar arasındaki Pygmalion etkisinin çalışanların performansına yansıdığı tespit edilmiştir. Ayrıca Pygmalion liderlik eğitimi alan yöneticilerin sorumluluğundaki çalışanların performans algılarında ve yöneticilerine ilişkin liderlik

düşüncelerinde olumlu yönde bir artış olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Koo, Lee ve Jang (2016), zincir otellerde mutfak bölümünde çalışan aşçıların etkin ve verimli ekip çalışması için mutfak şeflerinin Pygmalion liderliği, lidere güven ve örgütsel güven konuları üzerinde bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışma bulgularına göre, Pygmalion liderliğinin alt boyutları olan iklim ve geri bildirimin lidere duyulan güven üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, Pygmalion liderliğinin diğer alt boyutları olan geri bildirim ve çıktının genel olarak örgütsel güven üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan, örgütsel güvenin ekip çalışması üzerinde de anlamlı bir etkiye sahip olduğu da çalışma sonuçları arasında yer almaktadır. Manav'ın (2018) yiyecek içecek işletmelerinde çalışanların davranışsal uyumları açısından Pygmalion ve Golem etkisini belirlemek amacıyla Balıkesir'deki restoranlarda çalışanlar üzerinde gerçekleştirdiği çalışmanın bulguları, çalışanların Pygmalion algılarının Golem algılarından daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca, katılımcıların Pygmalion algıları ile örgütsel bağlılıkları ve performansları arasında anlamlı ve zayıf bir ilişki, Pygmalion algıları ile işten ayrılma niyetleri arasında ise negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde Pygmalion liderliği ile yöneticiye ve örgüte güven konuları üzerinde çalışan Kim, Kim, Koo ve Cannon (2019), iki değişken arasında önemli ilişkiler olduğu; iklim, çıktı ve geri bildirim boyutlarının güvenin iki boyutu olan işe bağlılık ve görev performansını artırmak için kritik öneme sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Demirdağ ve Turpcu (2023) tarafından, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin Pygmalion etkisi tutumları ile yöneticiye güven duyguları arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmanın sonucuna göre, katılımcıların hem Pygmalion etkisi tutumları hem de yöneticiye güven düzeyleri yüksek düzeyde bulunmuştur. Ancak iki değişken arasındaki ilişkinin zayıf ve pozitif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın takip eden bölümünde, çalışmanın çıkış noktasını da oluşturan Pygmalion etkisi ile arasında ilişki olduğu düşünülen örgütsel bağlılık kavramına ve turizm işletmeleri başta olmak üzere ilgili kavram üzerine yapılmış olan bazı önemli akademik çalışmalara yer verilmektedir.

Örgütsel Bağlılık

Örgütler amaç ve hedeflerini karşılayabilmek için kurmuş olduğu sistemi yürütecek insan kaynağına gereksinim duymaktadır. Örgütün ihtiyaç duyduğu insan kaynağının örgüt felsefesini benimsemesi, bağlılık duygusunun oluşturulması ve uzun dönemli örgüt/işgören ilişkisinin sürdürülmesi örgütün devamlılığı için gereklidir. Öte yandan örgüt/işgören ilişkisinin uzun süreli bir strateji olarak kabul edilmesi, çağımız işletmeleri tarafından benimsenen bir yöntem olarak görülmektedir. Bu durum örgütlerin işgören devir hızını azaltmak ve işgören kalitesini artırmak için bağlılık kavramına dikkat çekmelerini sağlamıştır (Koç ve Topaloğlu, 2010: 216; Topaloğlu, Koç ve Yavuz, 2008). Roper (2011) örgütsel bağlılığı işgörenin örgütte kalma isteği ve bununla birlikte örgütün amaç ve değerlerine uyum gösterme becerisi şeklinde tanımlamıştır. Meyer ve Allen (1997:1) örgütsel bağlılığı, işgörenin örgüte olan psikolojik yaklaşımı şeklinde ifade etmektedir. Buna göre işgören ile örgüt arasındaki ilişkiyi yansıtan örgütsel bağlılık örgüt üyeliğini sürdürme kararına yol açan psikolojik bir durumdur.

İşgörenlerin örgütsel bağlılık düzeylerini artıran faktörleri; "işlerin bazı aşamalarında kontrol yetkisinin çalışanlara verilmesi, örgütün değer, amaç ve hedeflerini açık ve net bir şekilde yansıtan vizyonun sunulması, işgörenler arasında yarışma ve rekabeti artırarak mücadele ruhunu aşılamak, çalışma ortamında ekipler oluşturarak ekip çalışmasını yaygınlaştırmak, örgüt kültürünü oluşturmak, örgütün kültürel yapısının gereklerini düzenli bir şekilde yerine getirmek, işgörenlere çalışmalarının karşılığının verilmesi, örgütte yapılan işlerle ilgili geri bildirimin sağlanması, örgütte olup bitenler hakkında işgörenlere bilgi aktarılması, yani örgütsel iletişimin sağlanması, işverenler tarafından işgörenlere değer verilmesi, işgörenlere kolaylıklar sağlayan ve gelişimlerine katkılar sunan teknolojik imkânlarını sağlanması" şeklinde sıralamak mümkündür (Güney, 2007: 242-244). Angle ve Perry (1981) örgütsel bağlılık düzeyleri yüksek olan işgörenlerin işe geç kalma düzeylerinin daha az olduğunu, kurumda daha uzun süre çalıştığını, yüksek üretkenlik ve daha fazla çaba gösterdiklerini ve yüksek performansa sahip olduklarını belirtmişlerdir. Farklı düzeylerdeki örgütsel bağlılığın hem örgütsel hem de bireysel açıdan ortaya çıkardığı olumlu ve olumsuz birtakım sonuçtan bahsetmekte yarar vardır. Örgütsel bağlılık düzeylerinin (düşük, ılımlı ve yüksek) bireysel ve örgütsel temelli olumlu ve olumsuz sonuçları Tablo 1'de ayrıntılı olarak gösterilmektedir. Tablo 1'de görüldüğü üzere, yüksek düzeydeki örgütsel bağlılık, örgüt üyelerinin bireysel kariyer ilerlemesine, örgütü tarafından ödüllendirilmesine ve aynı zamanda iş yapma tutkusunu artırmasına katkı sağladığı gibi; örgütsel anlamda ise örgütün güvenli ve istikrarlı işgücüne sahip olmasına, çalışanların yüksek performans verimlilik göstermesine katkı sağlayabilmektedir. Ancak yüksek bağlılık düzeyinin bireysel anlamda değişime karşı direnç gösterme, sosyal ve aile ilişkilerinde gerilim ve akran ilişkilerinde aksamalar; örgütsel anlamda ise insan kaynaklarının verimsiz kullanımı, örgütsel esneklik, yenilik ve uyum yoksunluğu gibi birtakım olumsuz sonuçlarından da söz edilebilmektedir. Düşük düzeydeki örgütsel bağlılığın ise bireysel anlamda yaratıcılık, yenilikçilik, insan

kaynaklarının verimli kullanımı gibi katkılar sağlarken, örgütsel anlamda ise örgüt içi yapılan dedikoduların örgüt lehine sonuçları gibi olumlu katkılar sağlayabilmektedir. Diğer taraftan, düşük bağlılık düzeyinin bireysel anlamda kariyer ilerlemesi ve terfide yavaşlık, örgütten atılma ya da örgüt amaçlarını saptırma gibi olumsuz sonuçlarından bahsetmek mümkündür. Düşük bağlılık düzeyinin örgütsel anlamdaki olumsuz sonuçları ise yüksek iş devir hızı, işe gecikme, devamsızlık, kalite düşüklüğü, örgüt aleyhinde yasadışı eylemler, örgütte kalma yönündeki isteksizlikler şeklinde sıralanabilir.

Tablo 1. *Örgütsel bağlık seviyeleri ve sonuçları*

	Bireysel		**Örgütsel**	
	Olumlu	**Olumsuz**	**Olumlu**	**Olumsuz**
Düşük Bağlılık	Bireysel yaratıcılık, yenilikçilik, insan kaynaklarının verimli kullanımı.	Kariyer ilerlemesi ve terfide yavaşlık, dedikodu neticesinde oluşan kişisel maliyetler, örgütten atılma ya da örgütün amaçlarını saptırma	Dedikodunun örgüt lehine sonuçları.	Yüksek iş devir hızı, işe gecikme, devamsızlık, iş kalitesinde düşme, örgüte yönelik yasadışı eylemler, örgüte devam etme yönünde isteksizlik
Ilımlı Bağlılık	Gelişmiş düzeyde aidiyet, güvenlik, yeterlik ve sadakat duyguları. Yaratıcı bireyselliğin ortaya çıkması.	Mesleki gelişme ve terfi imkânlarının sınırlanması	Örgütü bırakma isteğinin azalması, sınırlı iş devir hızı, daha yüksek iş tatmini.	İşgörenin örgütsel istekleriyle örgüt dışı isteklerini dengelemesi. Örgütsel verimlilikte düşüş.
Yüksek Bağlılık	Bireysel kariyer ilerlemesi ve davranışın örgüt tarafından ödüllendirilmesi. Bireyin iş yapma tutkusu.	Değişme yönelik sergilenen direnç, sosyal ve aile ilişkilerinde gerilim, akran dayanışmasında aksama	Güvenli ve istikrarlı işgücü İşgörenler işletmenin daha fazla üretime yönelik taleplerine uyum gösterir Yüksek performans ve iş verimliliği	İnsan kaynaklarının verimiz kullanımı, örgütsel esneklik, yenileşme ve uyum yoksunluğu, geçmişteki politika ve süreçlere tam güven, yüksek bağlılık gösteren işgörenlerden örgüt adına illegal eylemlere girişme

Kaynak: Randall, 1987: 462.

Örgütsel bağlılık üzerinde çalışan farklı araştırmacılar, yaptıkları çalışmalar sonucunda farklı sınıflandırmalarla örgütsel bağlılık konusuna açıklık getirmeye çalışmıştır. Araştırmanın takip eden bölümünde örgütsel bağlılığın sınıflandırılmasına değinilmiştir.

Örgütsel Bağlılığın Sınıflandırılması

Bu bölümde araştırmacıların örgütsel bağlılık üzerine ortaya koydukları sınıflandırmalara yer verilmiş ve maddeler halinde açıklanmıştır. Etzioni örgütsel bağlılığı "ahlaki bağlılık", "hesapçı bağlılık" ve "yabancılaştırıcı bağlılık" olarak üç başlıkta sınıflandırmıştır (Balay, 2000: 19-20; Bayram, 2006: 129-130). Bu sınıflandırmalar şu şekildedir;

- Ahlaki bağlılık: Bu bağlılık yaklaşımına göre, işgörenler toplum için yararlı amaçları yol edindiklerinde örgütlerine daha çok bağlılık göstermektedir.

- Hesapçı bağlılık: Bu yaklaşıma göre işgörenler, hizmetleri karşılığında kazanacakları ödüllerden dolayı örgütlerine bağlılık duymaktadırlar.

- Yabancılaştırıcı bağlılık: İşgörenlerin bireysel davranışlarının sınırlandırıldığı durumlarda oluşan yabancılaştırıcı bağlılık işgörenin örgüte yönelik olumsuz yönelimini ifade eder. Buna göre işgören, esasında örgüte içsel bağlılık duymamakta fakat üyeliğini devam ettirmektedir.

Kanter, örgütsel bağlılığı "işgörenin örgüt amaçlarını yerine getirmek için gayret gösterdiği bir süreç" olarak tanımlayarak, örgütsel bağlılığı "devama yönelik bağlılık", "uyum bağlılığı" ve "kontrol bağlılığı" olarak sınıflandırmıştır (Koç ve Topaloğlu, 2010: 218).

- Devama yönelik bağlılık: Bu bağlılık türü, işgörenin örgüte yönelik üyeliğini sürdürerek örgütte kalması ve işgörenin örgütün sürekliliğine kendisini adamasını ifade eder.

- Uyum bağlılığı: Bu bağlılık işgörenin önceki sosyal bağlarını terk ederek örgütte yeni sosyal bağlar kurması sonucunda oluşmaktadır. Buna göre, işgörenin örgütle sosyal bağlar kurması için çeşitli seremoniler, törenler ve sembollerden faydalanılarak örgüt içerisinde sosyal etkileşimin oluşturulması sağlanır.

• Kontrol bağlılığı: Kontrol bağlılığı işgörenin örgüt normlarına sadık olmasını ifade etmektedir. Bu bağlılık türü işgörenin örgütün norm, amaç ve değerlerinin olumlu davranışlar için faydalı bir kılavuz olduğuna inanması durumunda ortaya çıkmaktadır.

Allen ve Meyer örgütsel bağlılığı "duygusal bağlılık", "devamlılık bağlılığı" ve "normatif bağlılık" olarak üç grupta sınıflandırmıştır (Gül, 2002).

• Duygusal bağlılık: İşgörenin örgütle bütünleşmesini ifade etmektedir. Duygusal bağlılık işgörenin örgütün amaçlarını ve değerlerini benimsemesini ve örgüte yönelik olağanüstü çaba sarf etmesini kapsamaktadır.

• Devamlılık bağlılığı: Bu bağlılık türünde işgören, örgütü terk etmesi sonucunda oluşacak maliyetlerin farkındadır ve bu nedenle örgütsel üyeliğini sürdürmektedir. Bu bağlılık türü rasyonel bağlılık olarak da ifade edilmektedir.

• Normatif bağlılık: Bu bağlılık türünde işgören örgüte bağlılığın doğru bir yaklaşım olduğunu düşünmektedir ve aynı zamanda örgütsel bağlılığı bir görev olarak görmektedir.

O'reilly ve Chatman örgütsel bağlılığı işgörenin örgütüne yönelik hissettiği psikolojik bağ olarak ifade ederek, örgütsel bağlılığı "uyum bağlılığı", "özdeşleşme bağlılığı" ve "içselleştirme bağlılığı" olarak üç kategoride sınıflandırmıştır (Güney, 2007: 246).

• Uyum bağlılığı: Bu bağlılık türü ortak değerler için değil, daha ziyade belirli ödülleri elde etmek amacıyla oluşmaktadır. Bu bağlılık türünde ödüllerin cezbediciliği ve cezanın ise iticiliği ön plana çıkmaktadır.

• Özdeşleşme bağlılığı: Bu bağlılık türünde işgören bir grubun üyesi olmaktan gurur duymaktadır. İşgörenlerin iş arkadaşlarıyla tatmin edici bir ilişki kurmak ya da bu ilişkiyi sürdürmek adına geliştirdiği bir bağlılık türüdür.

• İçselleştirme bağlılığı: Bu bağlılık türü işgörenlerle örgütün değerlerinin uyum içerisinde olması durumunda oluşmaktadır. İçselleştirme bağlılığı kişisel ve örgütsel değerler arasındaki uyum neticesinde oluşan bir bağlılık türüdür.

Mowday, Steers ve Porter örgütsel bağlılığı "davranışsal bağlılık" ve "tutumsal bağlılık" olarak iki şekilde sınıflandırmıştır (Mowday, Steers ve Porter, 1979; Mowday, Porter, Steers, 1982: 25).

• Davranışsal bağlılık: Davranışsal bağlılık örgütten ziyade işgörenlerin davranışlarıyla ilişkilidir. Buna göre işgören bir davranışı sergiledikten sonra bazı sebeplerden dolayı sürdürdüğü davranışına bir süre sonra bağlılık gösterebilmektedir.

• Tutumsal bağlılık: İşgörenin örgütsel amaçlarla özdeşleşmesi ve örgütle bütünlük göstermesi sonucunda ortaya koyduğu çalışma istekliliği olarak ifade edilmiştir.

Bu çalışmada ise Allen ve Mayer tarafından yapılmış olan sınıflandırma, Meyer, Allen ve Smith (1993) tarafından geliştirilmiş olan ölçek kullanılarak ele alınmıştır.

Örgütsel bağlılık konusu turizm işletmeleri üzerine yapılan araştırmalarda yaygın olarak ele alınan araştırma konularından biridir. Literatür taramasında konuyla ilgili olarak Bolat ve Bolat'ın (2008) otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ile örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkiyi; Avcı ve Küçükusta'nın (2009) konaklama işlemlerinde örgütsel öğrenme, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma eğilimi arasındaki ilişkiyi; Çolakoğlu, Ayyıldız ve Cengiz'in (2009) konaklama işletmelerinde çalışanların demografik özelliklerine göre örgütsel bağlılık boyutlarında algılama farklılıklarını; Vujičić, Jovičić, Lalić, Gagić ve Cvejanov'un (2014) turizm sektöründe çalışanlar arasında iş güvencesizliği, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi; Mete, Zincirkıran, Tiftik, Yalçınsoy ve Pekcan'ın (2015) turizm sektöründe personel güçlendirme, örgütsel bağlılık ve iş memnuniyeti arasındaki ilişkiyi; Albdelhamied ve Elbaz'ın (2018) turizm işletmelerinde mesleki tükenmişlikte örgütsel bağlılığının rolünü; Güven ve Şahin'in (2019) turizm işletmelerinde bilgi ifşası, bireysel etik değerler ve örgütsel bağlılık ilişkisini, Rao ve Zaidi'nin (2020) turizm işletimlerinde algılanan liderlik tarzlarının örgütsel bağlılık üzerine etkisini; Kargün ve Koç'un (2021) konaklama işletmelerinde işgörenlerin motivasyon düzeylerinin örgütsel bağlılık ve iş performansı üzerine etkilerini; Denizli'nin (2022) medikal turizm kapsamındaki sağlık çalışanlarının memnuniyet ve örgütsel bağlılık düzeylerini; Ekşi ve Şevik'in (2022) otel işletmelerinde içsel pazarlama uygulamalarının örgütsel bağlılık boyutları üzerinde etkisini; Fecker, Zehrer ve Raich'in (2023) turizm işletmelerinde işgörenlerin örgütsel bağlılıkları ile destinasyon bağlılıklarını; Başer ve İnce'nin (2024) turizm işletmelerindeki işgörenlerin örgütsel bağlılık ve iş doyumunu; Alomran, Ahmed ve Kassem'in (2024) turizm sektöründe örgütsel güvenin örgütsel bağlılık

üzerindeki etkisinde ulusal kimliğin düzenleyici etkisini inceledikleri çalışmalara rastlanmıştır. Örgütsel bağlılık turizm işletmeleri özelinde araştırmacılar tarafından birçok yönden ele alınmıştır. Fakat literatür taraması sonucunda Pygmalion etkisi ile örgütsel bağlılık üzerine yapılmış yeterli sayıda çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, mevcut çalışma alan yazınındaki tespit edilen bu açığı gidermesi ve literatüre katkı sunması açısından önem arz etmektedir.

Bu araştırmanın temel konularını oluşturan Pygmalion etkisi ile örgütsel bağlılık değişkenleri üzerinde yapılmış olan akademik çalışmalara yukarıda yer verilmiştir. Ancak, özellikle turizm alanında her iki değişkenin de bir arada incelendiği ne ulusal ne de uluslararası düzeyde yapılmış olan herhangi akademik bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu durum, yapılmış olan bu çalışmanın özgün bir nitelik taşıdığını da göstermektedir. Araştırmanın temel problemi kapsamında Pygmalion etkisi ve örgütsel bağlılık kavramları ile ilgili yukarıda yer alan bilgiler ışığında, araştırmanın temel hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur;

"**H1:** Otel işletmelerinde çalışanların Pygmalion etkisi tutumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır."

Yöntem

Nicel araştırma deseni ile kurgulanmış olan bu araştırma, otel işletmelerinde çalışanların Pygmalion etkisine yönelik tutumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla gerçekleştirilmiştir

Evren - Örneklem

Araştırmanın evrenini İzmir illinde faaliyet gösteren işletme belgeli otel işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı – İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2024) resmî internet sayfasında yer alan bilgiye göre İzmir'deki işletme belgeli konaklama işletmesi sayısı 2023 yılı itibariyle 284'dür. Araştırma verilerinin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmış olup, olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden kolay örnekleme yöntemi ile 15 Şubat – 11 Nisan 2024 tarihleri arasında 30 otelde toplam 750 adet anket dağıtılmıştır. İzmir ili sahip olduğu kültürel, tarihi ve doğal güzellikleri ile Türkiye'nin en fazla turist çeken ve bilinirlik düzeyinin de yüksek olmasıyla popüler olan önemli destinasyonlarından birisidir. Anketlerin çoğu işletmelerdeki insan kaynakları bölümünden izin alınarak personel giriş-çıkışlarında yüz-yüze dağıtılarak toplanmış ve bir bölümü de yöneticilere ya da personel ofisine bırakılarak daha sonra alınmıştır. Geri dönen anketlerden, hiç doldurulmaması, eksik ya da hatalı doldurulması gibi nedenlerden dolayı 208'i değerlendirmeye alınmamıştır. Ayrıca, verilerin normalliğini ve doğrusallığını artırmak amacıyla yapılan "mahalanobis" ve "z testleri" sonucunda kullanılan istatistiki analizle uç değerlerin çıkarılması ile birlikte 86 adet anket formu uç değerler (outliers) olarak belirlenmiş ve araştırma verilerinden çıkarılmıştır. Böylece toplamda 456 anket formu analiz için uygun görülmüş ve değerlendirmeye alınarak verilerin analizi gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde katılımcıların bireysel özelliklerini (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve çalışılan departman) belirlemeye yönelik 5 ifade yer almaktadır. İkinci bölümde katılımcıların Pygmalion etkisine yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik 12 ifade ve üçüncü bölümde ise örgütsel bağlılık düzeylerini belirlemeye yönelik 16 ifade yer almaktadır.

Anketin ikinci bölümünde yer alan Pygmalion etkisi ölçeği, Eden vd. (2000) tarafından geliştirilerek kullanılmış olan 12 ifade ve 3 boyuttan (Genel öz-yeterlilik, Yönetsel öz-yeterlilik ve Pygmalion tutum endeksi) oluşan ölçektir. Ölçekte yer alan ifadelerin Türkçeye çevrilerek otel işletmeleri çalışanlarına uyarlanmasına yönelik e-posta yoluyla yazar Dov Eden'dan gerekli kullanım izni alınmıştır (22.12.2022). Ölçekteki 7, 8 ve 11. ifadeler araştırmanın verileri doğrultusunda ters kodlanarak kullanılmıştır. Ölçeğin geçerliliğinin elde edilmesi için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ayrıca ölçeğe ilişkin güvenilirlik analiz sonuçları da değerlendirilmiştir.

Anketin üçüncü bölümünde yer alan örgütsel bağlılık ölçeği, 18 ifade ve 3 alt boyuttan (Duygusal Bağlılık, Devam Bağlılığı ve Normatif Bağlılık) oluşmaktadır. Meyer, Allen ve Smith (1993) tarafından geliştirilmiş olan örgütsel bağlılık ölçeğinin Dağlı, Elçiçek ve Han (2018) tarafından Türkçeye uyarlanan formu kullanılmıştır. Ölçek ifadelerinde yer alan 3, 4, 5 ve 13. maddeleri ters maddelerdir. Araştırmanın ölçeğinin geçerliliğinin elde edilmesi için açımlayıcı faktör analizi yapılmış ve ardından güvenilirlik analizi sonuçları değerlendirilmiştir. Anketin ikinci ve üçüncü bölümlerinde yer alan ifadelerin derecelendirilmesine

yönelik 5'li Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. Buna göre, her iki değişken için de "1=Hiç Katılmıyorum, 2=Az Katılıyorum, 3=Orta Düzeyde Katılıyorum, 4=Çok Katılıyorum ve 5=Tamamen Katılıyorum" şeklinde derecelendirme kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formuna ilişkin gerekli olan etik kurul izin belgesi "Giresun Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal Bilimler Fen ve Mühendislik Bilimleri Araştırmaları Etik Kurulu'nun 07/02/2024 tarihli ve 02/06 karar/sayı numarası" ile alınmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmada, İzmir ilinde konaklama işletmelerinde çalışan işgörenlerin hem Pygmalion etkisi tutumlarını hem de örgütsel bağlılık düzeylerini belirlemek amacıyla, ölçek ifadelerine verdikleri cevapların ortalamaları alınmış ve elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir. Bununla birlikte Pygmalion ölçeği ve alt boyutları (Genel Öz-Yeterlilik, Yönetsel Öz-Yeterlilik, Pygmalion Tutum Endeksi) ile örgütsel bağlılık ve alt boyutları (Duygusal Bağlılık, Devam Bağlılığı ve Normatif Bağlılık) arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmış olup, bu ilişkinin etki derecesini belirlemek amacıyla da regresyon analizi yapılarak sonuçlar değerlendirilmeye alınmıştır

Bulgular

Pygmalion ölçeğine ilişkin faktör yapısının değerlendirilmesi amacıyla açımlayıcı faktör analizi yapılmış ve elde edilen verilerin açımlayıcı faktör analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla KMO ve Bartlett Küresellik testi sonuçları yorumlanmıştır. Anlamlı farklılıkların ortaya çıkmasıyla birlikte faktörün açıklayıcılığı yorumlanarak, ifadelerin faktör yükleri verilmiş ve ölçekte yer alan 12 ifadenin hangi boyut altında ve kaç faktörde dağıldığı belirlenmiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonuçlarıyla birlikte Tablo 2'de yer alan güvenilirlik analizi sonuçları yorumlanarak geçerliliği değerlendirilmiştir.

Tablo 2. *Pygmalion Etkisi Ölçeğine İlişkin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları*

	Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği		0,868	
Bartlett Küresellik Testi	**Ki-kare değeri**		1476,366	
	df		66	
	p değeri		0,000	
Alt Boyutlar	**Pygmalion Ölçek İfadeleri**	**Faktör Yükleri**	**Faktörün Açıklayıcılığı %**	**Güvenilirlik (Cronbach Alpha)**
Genel Öz-Yeterlilik	1.Yöneticim, yaptığı planları gerçekleştirebileceğinden emindir.	0,723	**56,324**	**0,836**
	2. Yöneticim, bir şeyler yapmaya karar verdiğinde hemen üzerinde çalışmaya başlar.	0,693		
	3. Yöneticim, beklenmedik sorunlar ortaya çıktığında, onlarla başa çıkabilir ve bu sorunları iyi idare edebilir.	0,706		
	4. Yöneticim, sorunlarla karşılaştığında kolay pes etmez.	0,699		
Yönetsel Öz-Yeterlilik	5. Yöneticim, herhangi bir çalışanın kapasitesinden daha fazlasını ortaya koymasını sağlayabilir.	0,604		
	6. Çalışanlar düzgün yönetilmediğinde, yöneticim bu çalışanların çoğu potansiyelinin boşa gittiğini düşünür.	0,677		
	7. Yöneticim, uzun bir durağanlık/sıradanlık döneminden sonra performansın tekrar zor iyileştirilebileceğini düşünür.	0,754		
	8. Yöneticime göre çoğu insan olduğu gibidir ve yöneticim bunun bilincinde olarak bu tür çalışanları değiştirmek için çok fazla çaba harcamaz.	0,694		
Pygmalion Tutum Endeksi	9. Yöneticime göre, hiçbir çalışan başarısızlığa mahkûm değildir.	0,676		
	10. Yöneticim, en kötü olarak nitelendirilen çalışanlardan bile her zaman bir sürpriz beklemenin doğru olacağını düşünür.	0,774		
	11. Yöneticim, başarısız çalışanlara karşı açıklama yapmayı ve geri bildirim sunmayı zaman kaybı olarak görür.	0,789		
	12. Yöneticime göre, tipik bir çalışan her zaman potansiyelinin zirvesine ulaşır.	0,682		

Katılımcıların Pygmalion etkisine yönelik tutumlarına ilişkin alt boyutları belirlemek amacıyla 12 ifade ve 3 alt boyuttan oluşan ölçeğe açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonuçları değerlendirildiğinde, ölçeğin KMO değeri 0,868 olarak belirlenmiş ve Bartlett Küresellik testine ilişkin anlamlılık değeri (p) 0,000<0,05 olarak elde edilmiştir. Bununla birlikte genel öz-yeterlilik, yönetsel öz-

yeterlilik ve Pygmalion tutum endeksi olarak 3 alt boyuttan oluştuğu gözlemlenen ölçek, toplam varyansın %56,324'ünü açıklamaktadır. Açıklanan varyansın çok faktörlü ölçeklerde, %50 ve daha fazla olması iyi bir ölçü olarak kabul edilmiştir (Güriş ve Astar, 2015: 422). Bu çalışmada açıklanan varyansın %50'den fazla olması Pygmalion etkisine yönelik ölçeğin geçerli bir analiz olduğunu gösteren unsurlardan biri olarak yorumlanabilir. Ayrıca Pygmalion ölçeğinde yer alan 12 ifadenin güvenilirliğinin test edilmesi amacıyla Cronbach Alpha katsayısı değerlendirilmiş ve bu değer α=0,836 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen bu değer Pygmalion ölçeğinin Lorcu'ya (2015: 208) göre yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Örgütsel bağlılık ölçeğinin faktör yapısının da doğrulanması amacıyla açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. 18 ifadeden ve 3 alt boyuttan oluşan örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin yapının doğrulanması amacıyla açımlayıcı faktör analizinden elde edilen veriler Tablo 3'de ayrıntılı olarak sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Tablo 3. *Örgütsel Bağlılık Ölçeğine İlişkin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları*

	Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği		0,833	
Bartlett Küresellik Testi	**Ki-kare değeri**		4657,369	
	df		153	
	p değeri		0,000	
Alt Boyutlar	**Örgütsel Bağlılık Ölçek İfadeleri**	**Faktör Yükleri**	**Faktörün Açıklayıcılığı %**	**Güvenilirlik (Cronbach Alpha)**
Duygusal bağlılık	1. Meslek hayatımın geri kalan kısmını bu işletmede geçirmek beni çok mutlu eder.	0,697		
	2. Bu işletmenin problemlerini gerçekten kendi problemlerim gibi görüyorum.	0,740		
	3. İşletmeme karşı güçlü bir aidiyet hissetmiyorum.	0,857		
	4. Bu işletmeye karşı duygusal bağlılık hissetmiyorum.	0,797		
	5. Bu işletmede kendimi "ailenin bir parçası" gibi görmüyorum.	0,853		
	6. Bu işletmenin benim için çok özel bir yeri vardır.	0,790		
Devam bağlılığı	7. Şu anda bu işletmede çalışıyor olmam, hem kendi isteğimden hem de şartların bunu gerektirmesindendir.	0,434		
	8. İşletmemden ayrılmayı isteseydim dahi şu anda bu bana çok zor gelirdi.	0,581		
	9. Şu anda işletmemden ayrılacak olsam, hayatımda birçok şey alt üst olur.	0,693		
	10. Bu işletmeden ayrılmamı düşündürecek seçenekler oldukça azdır.	0,736	**59,365**	**0,845**
	11. Eğer bu işletmeye kendimden çok şey katmamış olsaydım, başka yerde çalışmayı düşünebilirdim.	0,728		
	12. Bu işletmeden ayrılacak olsam, uygun alternatiflerim az olur.	0,619		
Normatif Bağlılık	13. Bu işletmede çalışmaya devam etmek için yöneticilerime karşı bir minnet borcu/sorumluluk hissetmiyorum.	0,806		
	14. Eğer bu işletmeden ayrılmak benim yararıma olsa dahi şu anda buradan ayrılmanın doğru olmadığını düşünüyorum.	0,812		
	15. İşletmemden şu anda ayrılacak olsam kendimi suçlu hissederim.	0,816		
	16. Bu işletme benim sadakatimi hak ediyor.	0,842		
	17. Bu işletmedeki insanlara karşı bir minnet borcu/sorumluluk hissettiğim için şu anda bu işletmeden ayrılmam.	0,808		
	18. Bu işletmeye çok şey borçluyum.	0,744		

Katılımcıların örgütsel bağlılık durumlarına ilişkin alt boyutları belirlemek amacıyla 18 ifade ve 3 alt boyuttan oluşan ölçeğe açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonuçları değerlendirildiğinde, ölçeğin KMO değeri 0,833 olarak belirlenmiş ve Bartlett Küresellik testine ilişkin anlamlılık değeri (p) 0,000<0,05 olarak elde edilmiştir. Bununla birlikte duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olarak 3 alt boyuttan oluştuğu gözlemlenen ölçek, toplam varyansın %59,365'ini açıklamaktadır. Açıklanan varyansın çok faktörlü ölçeklerde, %50 ve daha fazla olması iyi bir ölçü olarak kabul edilmiştir (Güriş ve Astar, 2015: 422). Bu çalışmada açıklanan varyansın da %50'den fazla olması, örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerli bir analiz olduğunu gösteren unsurlardan biri olarak yorumlanabilir. Ayrıca örgütsel bağlılık ölçeğinde yer alan 18 ifadenin güvenilirliğinin test edilmesi amacıyla Cronbach Alpha katsayısı değerlendirilmiş ve bu değer α=0,845 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen bu değer örgütsel bağlılık ölçeğinin Lorcu'ya (2015: 208) göre yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların bireysel özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmış ve Tablo 4'te ayrıntılı olarak gösterilmiştir. Tablo 4'teki verilere göre toplam 456 katılımcının %46,3'ünü kadın katılımcılar, %53,7'sini ise erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %37,5'inin evli ve çocuklu olduğu, %11,4'ünün evli ve çocuksuz olduğu ve %51,1'inin ise bekâr olduğu görülmektedir. Katılımcılardan bu bilginin istenmesindeki amaç, bazı değişkenlerin (tatmin, bağlılık, adalet vb.) çocuk sahibi olma-olmama durumuyla da etkilenebiliyor olmasıyla ilgilidir. Yaş grupları değerlendirildiğinde, %68,7'sinin 18 ile 33 yaş arası grubun oluşturduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu derecelendirmeye göre araştırmaya katılan çalışanların büyük bir bölümünü genç ve orta yaş grubunun oluşturduğunu söylemek mümkündür. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde, en yüksek katılımın %41,2 ile önlisans düzeyinde eğitim almış katılımcılar ve %36'sının ise lisans ve lisansüstü eğitim almış katılımcılar tarafından sağlandığı görülmektedir. Diğer gruplar incelendiğinde, katılımcıların sadece %1,8'inin ilkokul düzeyinde, %6,1'inin ortaokul düzeyinde ve %14,9'unun lise düzeyinde eğitim almış olduğu görülmektedir. Bu durum önceki yıllara oranla günümüzde insanların eğitim olanaklarına daha fazla sahip olmasıyla ve daha ulaşılabilir olmasıyla açıklanabilir.

Tablo 4. *Katılımcıların Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular*

Değişkenler	Gruplar	f	%	Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	211	46,3	**Eğitim Durumu**	İlkokul	8	1,8
	Erkek	245	53,7		Ortaokul	28	6,1
Yaş	18-25 yaş arası	117	25,7		Lise	68	14,9
	26-33 yaş arası	196	43,0		Önlisans	188	41,2
	34-41 yaş arası	103	22,6		Lisans ve Lisansüstü	164	36,0
	42-49 yaş arası	29	6,4				
	50 yaş ve üzeri	11	2,4	**Çalıştığı Departman**	Önbüro	138	30,3
Medeni Durumu	Evli (Çocuklu)	171	37,5		Yiyecek ve İçecek	174	38,2
	Evli (Çocuksuz)	52	11,4		Kat Hizmetleri	109	23,9
	Bekâr	233	51,1		Diğer	35	7,7
Toplam		**456**	**100**	**Toplam**		**456**	**100**

Tablo 4'teki katılımcıların otel işletmelerinde çalıştıkları bölüm incelendiğinde ise %38,2'sinin yiyecek-içecek bölümlerinde, %30,3'ünün ön büro bölümünde, %23,9'unun kat hizmetleri bölümünde ve %7,7'sinin diğer bölümlerde (muhasebe, insan kaynakları, güvenlik, animasyon, teknik servis vb.) istihdam edildiği görülmektedir. Otel işletmelerinde en fazla çalışanın istihdam edildiği bölümlerin yiyecek-içecek, kat hizmetleri ve önbüro bölümleri olmasından dolayı bu bölümlerde çalışanların katılımının daha fazla olması beklenen bir durumdur.

Katılımcıların Pygmalion etkisi ölçeğindeki her bir ifadeye ve örgütsel bağlılık ölçeğindeki her bir ifadeye verdiği yanıtların standart sapma değerleri ve aritmetik ortalama değerleri Tablo 5 ve Tablo 6'da ayrıntılı olarak sunulmuştur. Ölçeklere ilişkin elde edilen veriler değerlendirilirken Özdamar'ın (2003: 32) belirttiği değerlerden yararlanılmıştır.

Tablo 5'de katılımcıların 12 ifade ve 3 alt boyuttan oluşan Pygmalion etkisi ölçeğine ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla ölçek ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamaları değerlendirilmiştir. Ölçek içerisindeki ifadeler değerlendirildiğinde, Pygmalion etkisi ölçeğine ilişkin genel tutumun $\bar{x}$=3,94 olduğu görülmektedir. Elde edilen bu değer, katılımcıların Pygmalion etkisi kapsamında yöneticilerinin beklentilerine yönelik ifadelere çok katıldıklarını göstermektedir. Ölçekte yer alan ifadeler arasında en yüksek aritmetik ortalamaya sahip olan ifade $\bar{x}$=4,16 ile "yöneticim, sorunlarla karşılaştığında kolay pes etmez" ifadesidir. En düşük aritmetik ortalamaya sahip olan ifadenin ise $\bar{x}$=3,67 ile "çalışanlar düzgün yönetilmediğinde, yöneticim bu çalışanların çoğu potansiyelinin boşa gittiğini düşünür" ifadesi olduğu görülmektedir

Tablo 5. *Katılımcıların Pygmalion Ölçeği İfadelerine Verdikleri Yanıtların Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri*

		İfadeler	$\bar{x}$	s. s.
Genel Pygmalion Etkisi ($\bar{x}$=3,94 s.s.=0,584)	**Genel Öz-Yeterlilik** ($\bar{x}$=4,05; s.s.=0,722)	1. Yöneticim, yaptığı planları gerçekleştirebileceğinden emindir.	4,05	0,945
		2. Yöneticim, bir şeyler yapmaya karar verdiğinde hemen üzerinde çalışmaya başlar.	4,07	1,033
		3. Yöneticim, beklenmedik sorunlar ortaya çıktığında, onlarla başa çıkabilir ve bu sorunları iyi idare edebilir.	3,93	0,981
		4. Yöneticim, sorunlarla karşılaştığında kolay pes etmez	4,16	0,845
	Yönetsel Öz-Yeterlilik ($\bar{x}$=3,87; s.s.=0,713)	5. Yöneticim, herhangi bir çalışanın kapasitesinden daha fazlasını ortaya koymasını sağlayabilir	4,02	0,979
		6. Çalışanlar düzgün yönetilmediğinde, yöneticim bu çalışanların çoğu potansiyelinin boşa gittiğini düşünür	3,67	0,899
		7. Yöneticim, uzun bir durağanlık/sıradanlık döneminden sonra performansın tekrar zor iyileştirilebileceğini düşünür.	3,90	1,054
		8. Yöneticime göre çoğu insan olduğu gibidir ve yöneticim bunun bilincinde olarak bu tür çalışanları değiştirmek için çok fazla çaba harcamaz.	3,87	1,023
	Pygmalion Tutum Endeksi ($\bar{x}$=3,89; s.s.=0,755)	9. Yöneticime göre, hiçbir çalışan başarısızlığa mahkûm değildir.	3,85	0,990
		10. Yöneticim, en kötü olarak nitelendirilen çalışanlardan bile her zaman bir sürpriz beklemenin doğru olacağını düşünür.	3,81	1,017
		11. Yöneticim, başarısız çalışanlara karşı açıklama yapmayı ve geri bildirim sunmayı zaman kaybı olarak görür.	3,91	1,009
		12. Yöneticime göre, tipik bir çalışan her zaman potansiyelinin zirvesine ulaşır.	3,99	0,930

Pygmalion etkisi ölçeğine ilişkin alt boyutlar değerlendirildiğinde, en yüksek ortalamanın $\bar{x}$=4,05 ile genel öz-yeterlilik alt boyutu olduğu ve bunu sırasıyla $\bar{x}$=3,89 ile Pygmalion tutum endeksi, $\bar{x}$=3,87 ile yönetsel öz-yeterlilik alt boyutunun takip ettiği görülmektedir. Alt boyutların sahip olduğu ifadelerin ortalamalarına ilişkin genel değerlendirme yapıldığında, katılımcıların yöneticileriyle ilgili kişisel değerlendirmeleri, yöneticilerin yönetimsel rollerini başarılı bir şekilde yerine getirme konusundaki yeterlilikleri ve yöneticilerin astlarından ne kadar etkili olmalarını bekledikleri ile ilgili ifadelere çok katıldığı yorumunu yapmak mümkündür. Bu durum, katılımcıların çalıştıkları otel işletmesinde yöneticilerinin beklentileriyle ve yaptıklarıyla verimli bir iş süreci geçirdiğine yönelik algılarının yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 6'da katılımcıların örgütsel bağlılık durumlarına ilişkin ölçekte yer alan ifadelere verdikleri yanıtların aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerleri ayrıntılı olarak yer almaktadır. Tablodaki değerler incelendiğinde, genel olarak örgütsel bağlılık ölçeğinin aritmetik ortalaması $\bar{x}$=3,75 olarak bulunmuştur. Bu değer de katılımcıların genel örgütsel bağlılığa ilişkin algılarının çok düşük olmadığını, hatta orta düzeyin üzerinde bulunduğunu gösterir niteliktedir. Daha açık bir ifadeyle katılımcıların çalıştıkları otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ile ilgili ifadelere çok katıldıklarını göstermektedir Ölçekte yer alan ifadeler arasında en yüksek aritmetik ortalamaya sahip olan ifade $\bar{x}$=4,00 ile "*bu işletmeye karşı duygusal bağlılık hissetmiyorum*" ifadesidir. Bu ifade ölçek içerisinde ters kodlandığı için katılımcıların çalıştıkları otel işletmesine karşı duygusal bağlılık hissettiği sonucuna ulaşılmıştır. En düşük aritmetik ortalamaya sahip olan ifadenin ise $\bar{x}$=3,50 ile "*şu anda işletmemden ayrılacak olsam, hayatımda birçok şey alt üst olur*" ifadesi olduğu görülmektedir.

Tablo 6. *Katılımcıların Örgütsel Bağlılık Ölçeği İfadelerine Verdikleri Yanıtların Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri*

		İfadeler	$\bar{x}$	s.s.
Örgütsel Bağlılık ($\bar{x}$=3,75; s.s.=0,477)	**Duygusal bağlılık ($\bar{x}$=3,87; s.s.=0,727)**	1. Meslek hayatımın geri kalan kısmını bu işletmede geçirmek beni çok mutlu eder.	3,86	0,894
		2. Bu işletmenin problemlerini gerçekten kendi problemlerim gibi görüyorum.	3,84	0,940
		3. İşletmeme karşı güçlü bir aidiyet hissetmiyorum.	3,80	0,887
		4. Bu işletmeye karşı duygusal bağlılık hissetmiyorum.	4,00	0,863
		5. Bu işletmede kendimi "ailenin bir parçası" gibi görmüyorum.	3,78	0,882
		6. Bu işletmenin benim için çok özel bir yeri vardır.	3,93	0,873

Tablo 6. *Devamı*

		İfadeler	$\bar{x}$	s.s.
Örgütsel Bağlılık ($\bar{x}$=3,75; s.s.=0,477)	**Devam bağlılığı ($\bar{x}$=3,60; s.s.=0,600)**	7. Şu anda bu işletmede çalışıyor olmam, hem kendi isteğimden hem de şartların bunu gerektirmesindendir.	3,61	0,890
		8. İşletmemden ayrılmayı isteseydim dahi şu anda bu bana çok zor gelirdi.	3,66	0,907
		9. Şu anda işletmemden ayrılacak olsam, hayatımda birçok şey alt üst olur.	3,50	0,899
		10. Bu işletmeden ayrılmamı düşündürecek seçenekler oldukça azdır.	3,55	0,927
		11. Eğer bu işletmeye kendimden çok şey katmamış olsaydım, başka yerde çalışmayı düşünebilirdim	3,59	0,887
		12. Bu işletmeden ayrılacak olsam, uygun alternatiflerim az olur.	3,67	0,888
	Normatif Bağlılık ($\bar{x}$=3,79; s.s.=0,758)	13. Bu işletmede çalışmaya devam etmek için yöneticilerime karşı bir minnet borcu/sorumluluk hissetmiyorum.	3,64	0,969
		14. Eğer bu işletmeden ayrılmak benim yararıma olsa dahi şu anda buradan ayrılmanın doğru olmadığını düşünüyorum.	3,70	0,954
		15. İşletmemden şu anda ayrılacak olsam kendimi suçlu hissederim.	3,72	0,887
		16. Bu işletme benim sadakatimi (bağlılığımı) hak ediyor.	3,79	0,929
		17. Bu işletmedeki insanlara karşı bir minnet borcu/sorumluluk hissettiğim için şu anda bu işletmeden ayrılmam.	3,91	0,931
		18. Bu işletmeye çok şey borçluyum	3,96	0,980

Örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin alt boyutlar değerlendirildiğinde, en yüksek ortalamanın $\bar{x}$=3,87 ile duygusal bağlılık alt boyutu olduğu ve bunu sırasıyla $\bar{x}$=3,79 ile normatif bağlılık alt boyutu ve devam bağlılığı alt boyutunun $\bar{x}$=3,60 takip ettiği görülmektedir. Alt boyutların sahip olduğu ifadelerin ortalamalarına ilişkin genel değerlendirme yapıldığında, katılımcıların çalıştıkları otel işletmesine bağlılığını görev olarak görmesi, kendilerini otel işletmesiyle özdeşleştirerek çalıştıkları işletmede kalmayı ve otel işletmesinden ayrılmaları durumlarında yaşayacakları olumsuzlukları içeren ifadelere çok katıldığı yorumunu yapmak mümkündür. Bu durum, katılımcıların çalıştıkları otel işletmesine ait örgütsel bağlılıklarının yüksek olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların bireysel özelliklerine göre Pygmalion etkisi tutumları ve örgütsel bağlılık durumlarının anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla t testi ve varyans analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre katılımcıların sadece normatif bağlılık durumu ile medeni durumları arasında ilişki bulunmuştur ($p=0,015<0,05$). Elde edilen sonuçta bekâr olan işgörenlerin (ort: 3,88) evli ve çocuksuz işgörenlere (ort: 3,57) oranla normatif bağlılıkları daha yüksektir. Bununla birlikte, işgörenlerin bireysel özelliklerine göre diğer değişkenlere ilişkin gruplar arası hiçbir anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Araştırmanın temel problemi olan otel işletmelerinde çalışanların Pygmalion etkisi tutumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Yapılan korelasyon analizi ile aynı zamanda araştırma kapsamında geliştirilmiş olan araştırma temel hipotezi de test edilmiştir. Katılımcıların Pygmalion etkisi tutumu ve alt boyutları ile genel örgütsel bağlılık düzeyleri ve alt boyutları arasındaki ilişkiye yönelik yapılan korelasyon analizinin sonuçları Tablo 7'de ayrıntılı olarak sunulmuştur. Değişkenler arası ilişki düzeyini ifade eden korelasyon katsayısı (r) yorumlanırken Ural ve Kılıç (2006) tarafından belirtilen değerler referans olarak alınmıştır.

Tablo 7. *Katılımcıların Pygmalion Etkisi ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Matrisi*

Değişkenler	Korelasyon Katsayısı / Anlamlılık	Örgütsel Bağlılık (Genel)	Duygusal Bağlılık	Devam Bağlılığı	Normatif Bağlılık
Pygmalion Etkisi (Genel)	r	0,274**	0,301**	0,373**	-0,067
(12 ifade)	p	0,000	0,000	0,000	0,154
Genel Öz-Yeterlilik	r	0,275**	0,393**	0,280**	-0,079
(4 İfade)	p	0,000	0,000	0,000	0,094
Yönetsel Öz-Yeterlilik	r	0,131**	0,137**	0,204**	-0,045
(4 ifade)	p	0,005	0,003	0,000	0,340
Pygmalion Tutum Endeksi	r	0,248**	0,194**	0,405**	0,038
(4 İfade)	p	0,000	0,000	0,000	0,423

**Korelasyon $p<0,001$ düzeyinde anlamlıdır

Pygmalion genel etkisi ile genel örgütsel bağlılık ($r=0,274$; $p=0,000<0,001$) arasında "düşük" düzeyde, duygusal bağlılık ($r=0,301$; $p=0,000<0,001$) ve devam bağlılığı ($r=0,373$; $p=0,000<0,001$) arasında ise "orta" düzeyde pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu durum otel işletmelerinde çalışan katılımcıların genel Pygmalion etkisi tutumlarında 1 birimlik artışın genel örgütsel bağlılık düzeylerinde 0,274 birim, duygusal

bağlılıklarında 0,301 birim ve devam bağlılıklarında 0,373 birimlik artışa yol açacağını göstermektedir. Bununla birlikte, katılımcıların Pygmalion genel etkisi ile normatif bağlılık (p=0,154>0,001) düzeyleri arasında ise herhangi bir anlamlı bir farklılık olmadığı gözlenmiştir.

Genel öz-yeterlilik boyutunda Pygmalion etkisi tutumu ile genel örgütsel bağlılık (r=0,275; p=0,000<0,001) ve devam bağlılığı (r=0,280; p=0,000<0,001) arasında "düşük" düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Genel öz-yeterlilik ve duygusal bağlılık (r=0,393; p=0,000<0,001) arasında "orta" düzeyde pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu durum otel işletmelerinde çalışan katılımcıların genel Pygmalion etkisi tutumlarında 1 birimlik artışın genel örgütsel bağlılık düzeylerinde 0,275 birim, duygusal bağlılıklarında 0,393 birim ve devam bağlılıklarında 0,280 birimlik artışa yol açacağını göstermektedir. Bununla birlikte, katılımcıların Pygmalion genel etkisi ile normatif bağlılık (p=0,094>0,001) durumları arasında ise herhangi bir anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Yönetsel öz-yeterlilik boyutunda Pygmalion etkisi ile genel örgütsel bağlılık (r=0,131; p=0,000<0,001), duygusal bağlılık (r=0,137; p=0,000<0,001) ve devam bağlılığı (r=0,204; p=0,000<0,001) arasında "düşük" düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu durum otel işletmelerinde çalışan katılımcıların genel Pygmalion etkisi tutumlarında 1 birimlik artışın genel örgütsel bağlılık düzeylerinde 0,131 birim, duygusal bağlılıklarında 0,137 birim ve devam bağlılıklarında 0,204 birimlik artışa yol açacağını göstermektedir. Bununla birlikte, katılımcıların Pygmalion genel etkisi ile normatif bağlılık (p=0,340>0,001) düzeyleri arasında ise herhangi bir anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Pygmalion tutum endeksi ile genel örgütsel bağlılık (r=0,248; p=0,000<0,001) ve duygusal bağlılık (r=0,194; p=0,000<0,001) arasında "düşük" düzeyde, devam bağlılığı (r=0,405; p=0,000<0,001) ile "orta" düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu durum otel işletmelerinde çalışan katılımcıların genel Pygmalion etkisi tutumlarında 1 birimlik artışın genel örgütsel bağlılık düzeylerinde 0,248 birim, duygusal bağlılıklarında 0,194 birim ve devam bağlılıklarında 0,405 birimlik artışa yol açacağını göstermektedir. Bununla birlikte, katılımcıların Pygmalion genel etkisi ile normatif bağlılık (p=0,423>0,001) düzeyleri arasında ise herhangi bir anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Bu araştırmanın temel amacı adı geçen değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu temel amaç doğrultusunda, yukarıdaki korelasyon analizi sonuçlarından elde edilen değerlere göre, araştırma kapsamında geliştirilmiş olan "***H1: Otel işletmelerinde çalışanların Pygmalion etkisi tutumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır***" temel hipotezini destekleyen sonuçlara ulaşıldığını belirtmek mümkündür. Ayrıca, değişkenler ve alt boyutları arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizinden sonra, katılımcıların genel Pygmalion etkisi tutumlarının genel örgütsel bağlılık düzeyleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla da basit doğrusal regresyon analizinden yararlanılmış ve sonuçları Tablo 8'de ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Tablo 8. *Katılımcıların Pygmalion Etkisi Tutumlarının Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerindeki Etkiye Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları*

Bağımsız Değişken	β_j	$S(b_i)$	t	p	R^2	ANOVA
Sabit	2,869	0,147	19,530	0,000***	0,075	F=36,861 **p=0,000***
PYGMALION ETKİSİ TUTUMU	0,224	0,037	6,071	0,000***		

***: **p<0,001**; Bağımlı Değişken: Örgütsel Bağlılık (ÖB); Bağımsız Değişken: Pygmalion Etkisi Tutumu (PET), R^2: Belirlilik Katsayısı

Tablo 8'deki basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, genel Pygmalion etkisi tutumunun genel örgütsel bağlılık düzeyi üzerindeki etkiye yönelik model matematiksel olarak aşağıdaki gibi formüle edilebilir

PET= 2,869 – 0,224 x ÖB

Tablo 8'deki değerler incelendiğinde, katılımcıların Pygmalion etkisi tutumları ile genel örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiye yönelik regresyon modelinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir (F=36,861; p=0,000<0,001). Regresyon analizinden elde edilen sonuçlara göre, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin genel Pygmalion etkisi tutumlarının, genel örgütsel bağlılık üzerindeki toplam varyansın %7,5'ini açıkladığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların genel örgütsel bağlılıklarına ilişkin algılarındaki değişkenliğin %7,5'i, katılımcıların Pygmalion etkisi tutumları tarafından açıklanmaktadır.

Araştırmanın takip eden bölümünde, araştırma verilerinin analizlerinden elde edilen bulguların genel bir değerlendirmesi ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda ilgili taraflar için geliştirilmiş öneriler yer almaktadır

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Her örgütte, özellikle de kâr amacı güdülen hizmet işletmelerinde insan faktörü ve insan faktöründen optimum düzeyde yararlanmak oldukça önemlidir. Bu örgütlerde, işletme bileşenlerinden biri konumunda olan insan faktörünün motivasyon ve koordinasyonu genellikle yöneticiler tarafından tayin edilmektedir. Yöneticilerin bu konudaki başarısı, örgüt ya da işletmenin amaç ve hedeflerine kolaylıkla ulaşabilmesiyle doğru orantılıdır (Demirdağ ve Turpcu, 2023: 2489). Bu kapsamda yöneticiler, örgüt ortamında çalışanların motivasyon ve performansı için adil ve eşit davranmak durumundadır. Diğer taraftan, çalışanların işe ve örgütüne olan bağlılığı, iş tatmini, güven duygusu gibi olumlu örgütsel davranışları ancak adalet ve eşitliğin sağlandığı örgütlerde artabilir ve bu da çalışanlardan beklenen performansı gösterebilmelerinde anahtar rol oynayabilir. Bu araştırma, İzmir ilinde faaliyet gösteren işletme belgeli otel işletmelerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın temel problemi, otel işletmelerinde çalışanların performansla ilgili beklentilere yönelik olan Pygmalion etkisi tutumu ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemekle ilgilidir. Bu kapsamda, araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için İzmir ilinde faaliyet gösteren işletme belgeli otel işletmelerinden toplamda 456 adet kullanılabilir veriye ulaşılmıştır.

Araştırma verilerinin analizinden elde edilen bulgulara göre katılımcıların Pygmalion etkisi tutumları bireysel özellikleri açısından farklılık göstermemektedir. Katılımcıların örgütsel bağlılık durumlarında bekâr olanların evli ve çocuksuz olan katılımcılara göre normatif bağlılıkları daha yüksek çıkmıştır. Bu durum, bekâr olan katılımcıların evli ve çocuksuz katılımcılara göre örgütte kalma ile ilgili yükümlülük duygularının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Katılımcıların ölçeklerde yer alan ifadelere verdikleri yanıtlar neticesinde katılımcıların hem Pygmalion etkisi tutum düzeylerinin ($\bar{x}$=3,94) hem de örgütsel bağlılık düzeylerinin ($\bar{x}$=3,75) ortalamanın üzerinde olduğu görülmektedir. Manav (2018) yiyecek içecek işletmelerinde pygmalion ve golem etkisinin işgörenlerin davranışsal uyumu açısından değerlendirilmesi adlı çalışmalarında işgörenlerin pygmalion etkisi tutum düzeylerini mevcut çalışmaya yakın olarak tespit etmişlerdir ($\bar{x}$=3,50) . Aslında bu durum katılımcıların çalıştıkları ortamda, yöneticilerinin performans temelli beklentilerine yönelik olumlu yönde karşılık verdikleri, ayrıca iş ortamlarında örgütsel bağlılık kavramının istenen düzeyde işlediğini gösterir niteliktedir. Değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılmış olan korelasyon analizi sonucuna göre genel anlamda iki değişken arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyli ilişki (r=0,274; p=0,000<0,001) tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç, araştırma kapsamında geliştirilmiş olan araştırma temel hipotezini de (*H1: Otel işletmelerinde çalışanların Pygmalion etkisi tutumları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır*) destekler niteliktedir. Araştırmanın gerçekleştirildiği süreçte geniş kapsamlı literatür taraması yapıldığında, ulusal ya da uluslararası düzeyde özellikle turizm alanında iki değişkenin birlikte incelendiği herhangi bir akademik bir çalışmaya rastlanamamıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın sonuçlarının karşılaştırılabileceği herhangi bir çalışmaya araştırmacılar tarafından rastlanamamış olup; tartışma kapsamında gerek Pygmalion etkisi gerekse örgütsel bağlılık ile ilgili yapılmış olan akademik çalışmalara önceki bölümlerde detaylı olarak yer verilmiştir. İlgili literatürde yer alan çalışmalar ile bu araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda otel yöneticileri, çalışanlar, politika uygulayıcıları ve araştırmacılar için birtakım öneriler geliştirilmiş ve aşağıda sunulmuştur;

İnsan ilişkilerinin yoğun olarak yaşandığı otel işletmelerinde donanımlı ve tecrübeli çalışanların istihdam edilmesi oldukça önemlidir. Ancak, bu donanımlı ve tecrübe sahibi çalışanların doğru bir şekilde koordine edilmesi ve yönetilmesi de önem arz ettiğinden dolayı yine tecrübeli yöneticilerin seçilmesi örgütün amaç ve hedeflerine ulaşmasını da kolaylaştıracaktır.

Otel işletmelerinde çalışan yöneticilerin tüm örgüt üyelerine eşit ve adil bir şekilde davranmasının yanında, ödül-ceza sisteminin, terfi-yükselme olanaklarının her üyeye eşit bir şekilde dağıtılması çalışanların örgüte olan bağlılıklarının daha da artmasına katkı sağlayacaktır.

Pygmalion etkisi tutum ölçeğinde Pygmalion tutum endeksi boyutunda yer alan "*çalışanlar düzgün yönetilmediğinde, yöneticim bu çalışanların çoğu potansiyelinin boşa gittiğini düşünür*" ifadesi, her ne kadar ortalamanın üstünde olsa da diğerlerine göre nispeten en düşük aritmetik ortalamaya ($\bar{x}$=3,67) sahip olan ifadedir. Bu durumda, yöneticilerin çalışanlar arasında ahenk oluşturmaya yönelik farklı yönetim tarzlarını benimsemesi önerilebilir.

Örgütsel bağlılık ölçeğindeki ifadelere verilen yanıtlar arasında ise diğerlerine oranla en düşük aritmetik ortalamaya ($\bar{x}$=3,50) sahip olan ifadenin "*şu anda işletmemden ayrılacak olsam, hayatımda birçok şey alt üst olur*" ifadesi olduğu görülmektedir. Aslında bu ortalama da gayet yüksek sayılabilecek bir değerde olsa da sadece diğerlerinden daha düşük bulunmuştur. Daha açık bir ifadeyle, katılımcıların bu noktadaki bağlılık düzeyleri de yüksektir yorumu yapılabilir. Dolayısıyla, yöneticilerin faydalı çalışanları işlerinde tutabilmeleri hem

çalışanlar açısından hem de örgüte maliyetli bir durum olan işgören devri açısından fayda sağlayacağı düşünülebilir.

Örgütsel amaç ve hedeflere daha hızlı ve kolay ulaşabilmek için otel yöneticilerinin astlarının sorunlarıyla ilgilenmesi, güven ortamı yaratması ve etkili bir iletişim ağı kurması örgütsel bağlılığı artıracaktır.

Pygmalion etkisi kapsamında, otel yöneticileri çalışanlarından olan beklentilerini mümkün oldukça açık ve net bir şekilde aktarmalıdır. Bu tür bir davranışın hem çalışanların hem de örgütün başarısını artırabileceği düşünülebilir.

Otel işletmelerine yeni alınan çalışanlara oryantasyon programları uygulanabilir ve bu süreç içinde onlara örgüt kültürü ve örgütün işleyişi hakkında bilgilerin aşılanması, yeni çalışanların örgüte ve işe adaptasyonunu hızlandırabilir.

Çalışanlar, iş ortamında yaptıkları işle, işin karşılığını almayla, takdir/teşekkür edilmeyle, terfi ve ödül gibi konularda tüm örgüt üyelerine eşit ve adil davranıldığını düşünmesiyle birlikte daha yüksek örgütsel bağlılığa sahip olabilir ve böylelikle kendilerinden beklenen performansı sergileyebilirler.

Otel yöneticileri, değişen ve gelişen işletmecilik anlayışı kapsamında en uygun yönetim tarzlarını benimsemeli ve kendilerini sürekli olarak geliştirmeli ve yenilemelidir.

Bu araştırmanın İzmir ilinde faaliyet gösteren işletme belgeli otel işletmelerinde toplam 456 kişi ile gerçekleştirilmiş olması, sadece Pygmalion etkisi tutumu ve örgütsel bağlılık değişkenlerine odaklanması ve sadece çalışanları kapsıyor olması araştırmanın sınırlılıkları kapsamında değerlendirilebilir. Gelecekte yapılacak olan akademik çalışmalar daha farklı bölgelerde, farklı sınıflardaki otel işletmelerinde uygulanarak sonuçları karşılaştırılabilir. Diğer taraftan, Pygmalion etkisi ve örgütsel bağlılık değişkenleriyle ilgili işletme yöneticileri üzerinde de çalışmalar gerçekleştirilebilir. Elde edilen sonuçlarla birlikte bu araştırmanın, Pygmalion etkisi ve örgütsel bağlılık konularına ilişkin teorik anlamda literatüre katkı sağlayacağı ifade edilebilir. Ayrıca, uygulamada da verimlilik, performans ve yönetici-çalışan ilişkileri açısından otel yöneticileri, çalışanlar ve politika uygulayıcıları için teorik rehberlik sağlayabileceği de düşünülmektedir.

Etik Beyan

"Pygmalion Etkisi Tutumu İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli olan etik kurul izinleri Giresun Üniversitesi Etik Kurulu'nun 07.02.2024 tarih ve 02/06 sayılı toplantısında alınmıştır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*The Relationship Between Pygmalion Effect Attitude and Organizational Commitment: A Research On Hotel Employees*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. In addition, permission was obtained from the Giresun University Ethics Committee (Date: 07/02/2024 and Decision no: 02/06) to conduct the research

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Bu araştırmada birinci yazarın katkısı %40, ikinci yazarın katkısı %30 ve üçüncü yazarın katkısı %30 düzeyindedir.

Statement of Contribution Rate of Researchers

In this study, the contribution of the first author is 40%, the contribution of the second author is 30% and the contribution of the third author is 30%.

Çatışma Beyanı

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Albdelhamied, H. H. S. and Elbaz, A. M. (2018). Burnout in Tourism and Hospitality SMEs: the Moderating Role of Organizational Commitment. *International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality*, 12(2/2): 66-82.

Alomran, A. M., Ahmed, T. S. A., and Kassem, A. M. (2024). Impact of organizational trust on organizational commitment: the moderating effect of national identity. *Cogent Social Sciences*, 10(1): 1-26.

Angle, H. L. and Perry, J. L. (1981). An Empirical assessment of organizational commitment and organizational effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 26(1): 1-14.

Avcı, N. ve Küçükusta, D. (2009). Konaklama işletmelerinde örgütsel öğrenme, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma eğilimi arasındaki ilişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1): 33-44.

Balay, R. (2000). *Yönetici ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Başer, Ş. ve İnce, F. F. (2024). Yenilik yönetimini benimseyen kurumsallaşmış turizm işletmelerindeki işgörenlerin örgütsel bağlılık ve iş doyumu incelemesi: bolu ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 11(1): 14-41.

Bayram, L. (2006). Yönetimde yeni bir paradigma: örgütsel bağlılık, *Sayıştay Dergisi*, 59(1): 125-139.

Bayram, Ü. (2014). *Turizm Sektörü Yönetici ve İşgörenler Arasında Pygmalion Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Bolat, İ. O. ve Bolat, T. (2008). Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(19): 75-94.

Crane, M. (1951). Pygmalion: Bernard Shaw's Dramatic Theory and Practice. *The Modern Language Association of America*, 66(6): 879-885.

Çolakoğlu, Ü., Ayyıldız, T. ve Cengiz, S. (2009). Çalışanların demografik özelliklerine göre örgütsel bağlılık boyutlarında algılama farklılıkları: Kuşadası'ndaki beş yıldızlı konaklama işletmeleri örneği. Anatolia: *Turizm Araştırmaları Dergisi*. 20(1): 77-89.

Dağlı, A., Elçiçek, Z., ve Han, B. (2018). Örgütsel bağlılık ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Electronic Journal of Social Sciences*, 17(68): 1765-1777.

Demirdağ, Ş. A. and Turpcu, E. (2023). The relationship between employee attitudes in the pygmalion effect and trust in supervisors: a study on hotel establishments. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 11(3): 2478-2494. DOI: doi.org/10.21325/jotags.2023.130

Denizli, F. (2022). Medikal turizm kapsamındaki sağlık çalışanlarının memnuniyet ve örgütsel bağlılık düzeyleri: Kayseri örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51: 165-186.

Eden, D. (1984). Self-fulfilling prophecy as a management tool: harnessing pygmalion. *Academy of Management Review*, 9(1): 64-73.

Eden, D. (1988). Pygmalion, goal setting, and expectancy: compatible ways to boost productivity. *Academy of Management Review*, 13(4): 639-652.

Eden, D., Geller, D., Gewirtz, A., Gordon-Terner, R., Inbar, I., Liberman, M., Pass, Y., Salomon-Segev, I. and Shalit, M. (2000). Implanting Pygmalion leadership style through workshop training: seven field experiments. *The Leadership Quarterly*, 11(2): 171-210.

Ekşi, O. ve Şevik, N. (2022). Turizm sektöründe içsel pazarlama uygulamalarının örgütsel bağlılık boyutları üzerinde etkisi: otel işletmesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, 13: 137-147.

Fecker, D., Zehrer, A., and Raich, F. (2023). Crossroads of dedication: assessing the synergy between organizational and destination commitment. *Current Issues in Tourism*, 2023: 1-14.

Gül, H. (2002). Örgütsel bağlılık yaklaşımlarının mukayesesi ve değerlendirmesi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(1): 37-56.

Güney, S. (2007). Örgütsel Bağlılık. İçinde: S. Güney (Edt.), *Yönetim ve Organizasyon* (İkinci Baskı). Nobel Yayın, Ankara.

Gürel, E. ve Muter, C. (2007). Psikomitolojik terimler: psikoloji literatüründe mitolojinin kullanılması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2007(1): 537-569.

Güriş, S. ve Astar, M. (2015). *Bilimsel Araştırmalarda SPSS ile İstatistik*, DER Yayınları, İstanbul.

Güven, S. ve Şahin, B. (2019). A study into the relationship between whistleblowing, personal ethical values and organizational commitment: hirschman's exit, voice and loyalty in tourism. *Journal of Travel and Hospitality Business*, 20(1): 24-40.

Kargün, S. ve Koç, H. (2021). İşgörenlerin motivasyon düzeylerinin örgütsel bağlılık ve iş performansı üzerine etkileri: konaklama işletmelerinde bir inceleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(4): 3786-3800.

Keleş, Y. ve Tuna, M. (2016). Örgütsel Adaletin duygusal emek üzerindeki etkisi: antalya'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(2): 376-406. DOI: doi.org/10.20491/isarder.2016.184

Kierein, N. M. and Gold, M. A. (2000). Pygmalion in work organizations: a meta-analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 21(8): 913-928.

Kim, M. S., Kim, S. H., Koo, D. W. and Cannon, D. F. (2019). Pygmalion leadership: theory and application to the hotel industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 20(3): 301-328, DOI: doi.org/10.1080/15256480.2017.1383963

Koç, H. ve Topaloğlu, M. (2010). *Yönetim Bilimi*. Seçkin Yayınevi, Ankara.

Koo, D. W., Lee, S. M.and Jang, H. J. (2016). The Chain hotel chef's Pygmalion leadership for effective teamwork of cooks. *The Korean Journal of Franchise Management*, 7(1): 13-20. Doi: doi.org/10.21871/KJFM.2016.06.7.1.13

Law, H. H. (1932). The name Galatea in the Pygmalion myth. *The Classical Journal*, 27(5): 337-342.

Lorcu, F. (2015). *Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı*. Detay Yayıncılık, Ankara.
Manav, S. (2018). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Pygmalion ve Golem Etkisinin İşgörenlerin Davranışsal Uyumu Açısından Değerlendirilmesi*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
Merton, R. K. (1948). The self-fulfilling prophecy. *The Antioch Review*, 8(2): 193-210.
Mete, M., Zincirkıran, M., Tiftik, H., Yalçınsoy, A. ve Pekcan, A. (2015). Personel güçlendirme, örgütsel bağlılık ve iş memnuniyeti ilişkisinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi: turizm sektöründe bir araştırma, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(12): 137-156.
Meyer, J. P., and Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage Publications.
Meyer, J. P., Allen, N. J., and Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of applied psychology*, 78(4): 538-538.
Mowday, R. T., Porter, L. W. and Steers, R. M. (1982). *Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*. Academic Press, New York.
Mowday, R. T., Steers, R. M. and Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2): 224–247.
Özdamar, K. (2003). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Kaan Kitabevi, Eskişehir.
Randall, D. M. (1987). Commitment and the Organization: The Organization Man Revisited. *Academy of Management Review*, 12(3): 460-471.
Rao, H. M. and Zaidi, U. (2020). How different Perceived Leadership Styles have an influence on Organisational Commitment on Tourism SMEs? *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1): 1-16.
Roper E. (2011). The interrelationships between culture, commitment and leadership. *A Publication of the Defense Acquisition University*, 18(2): 196-221.
Rosenthal, R. and Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the Classroom: Teacher Expectation and Pupils' Intellectual Development*. Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York.
Rosenthal, R., and Fode, K. L. (1961). The Problem of Experimenter Outcome-Bias. *Series Research in Social Psychology* (ss. 9-14). Washington, DC: National Institute of Social and Behavioral Science.
Rosenthal, R. and Lawson, R. (1964). A longitudinal study of the effects of experimenter bias on the operant learning of laboratory rats. *Journal of Psychiatric Research*, 2(2): 61-72.
Sezgin, E. E. (2018). Sağlık hizmetlerinde pygmalion etkisi: teorik bir çalışma. *Turkish Studies- Economics, Finance and Politics*, 13(14): 193-210.
T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı – İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2024). *İstatistikler ve Veriler / Tesis Verileri*. 05.05.2024 tarihinde https://izmir.ktb.gov.tr/TR-77217/tesis-verileri.html adresinden alınmıştır.
Topaloğlu, M., Koç, H. ve Yavuz, E. (2008). Öğretmenlerin örgütsel bağlılığının bazın temel faktörler açısından analizi. *Kamu-İş Dergisi*, 9(4): 201-219.
Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. (2. Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara.
Vujičić, D., Jovičić, A., Lalić, D., Gagić, S., and Cvejanov, A. (2015). The relation between job insecurity, job satisfaction and organizational commitment among employees in the tourism sector in Novi Sad. *Economic and Industrial Democracy*, 36(4): 633-652.
White, S. S. and Locke, E. A. (2000). "Problems with the Pygmalion Effect and Some Proposed Solutions". *Leadership Quarterly*, 11(3): 389–415.
Yücel, D. (2013). *Pygmalion Etkisi Kapsamında Yönetici Beklentilerinin Astlar Tarafından Algılanmasının Astların Performansı Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
Zarwi, M., Marchand, S., Kennard, B. and Michael, J. (2023). Millennials and organizational commitment: current and future perspectives. *Human Resource Development International*, 26(5): 642-654.

EXTENDED ABSTRACT

Commitment can be defined as perseverance in a task or activity despite fluctuations in short-term desires or interests. Pygmalion is a mythos that states that anything that people desire to happen or perceive as real will happen one way or another. Organizational commitment is defined as the employee's willingness to stay in the organization and the ability to adapt to the goals and values of the organization. Within the scope of the main problem of the research, in the light of the information above about the Pygmalion effect and organizational commitment concepts, the main hypothesis of the research was formed as follows; "H1: There is a significant relationship between Pygmalion effect attitudes and organizational commitment levels of hotel employees." This study, which was designed with a quantitative research design, was conducted to reveal the relationship between the attitudes of hotel employees towards the Pygmalion effect and their organizational commitment levels. The population of the study consists of the employees of hotel establishments with business certificates operating in Izmir province. A total of 750 questionnaires were distributed in 30 hotels between February and April, 2024 with the easy sampling method, which is one of the non-probability sampling methods. After the questionnaires were eliminated due to missing data, a total of 456 questionnaires were deemed suitable for analysis and the data were analyzed. The questionnaire used as a data collection tool consists of three parts. In the first part, there are 5 statements to determine the

individual characteristics of the participants (age, gender, marital status, educational status and the department they work in). The second section includes 12 statements to determine the participants' attitudes towards the Pygmalion effect and the third section includes 16 statements to determine their level of organizational commitment. The Pygmalion effect scale in the second part of the questionnaire was developed and used by Eden et al. (2000) and consists of 12 statements and 3 dimensions (General self-efficacy, Managerial self-efficacy and Pygmalion attitude index). The organizational commitment scale in the third part of the questionnaire consists of 18 statements and 3 sub-dimensions (Emotional Commitment, Continuance Commitment and Normative Commitment). The form of the organizational commitment scale developed by Meyer, Allen and Smith (1993) and adapted into Turkish by Dağlı, Elçiçek and Han (2018) was used. In the study, in order to determine both the Pygmalion effect attitudes and organizational commitment levels of the employees working in accommodation establishments in Izmir, the averages of their answers to the scale statements were taken and the results obtained were evaluated. In addition, correlation analysis was performed to determine the direction of the relationship between Pygmalion scale and its sub-dimensions (General Self-Efficacy, Managerial Self-Efficacy, Pygmalion Attitude Index) and organizational commitment and its sub-dimensions (Emotional Commitment, Continuance Commitment and Normative Commitment) and regression analysis was performed to determine the degree of influence of this relationship and the results were evaluated. The correlation results obtained as a result of the research are listed below. A positive relationship was found between the general Pygmalion effect and general organizational commitment (r=0,274; p=0,000<0,001) at "low" level, and a positive relationship was found between emotional commitment (r=0,301; p=0,000<0,001) and continuance commitment (r=0,373; p=0,000<0,001) at "medium" level. This shows that an increase of 1 unit in the general Pygmalion effect attitudes of the participants working in hotel businesses will lead to an increase of 0.274 units in their general organizational commitment levels, 0.301 units in their affective commitment and 0.373 units in their continuance commitment. However, it was observed that there was no significant difference between the general Pygmalion effect and normative commitment levels (p=0.154>0.001). In the general self-efficacy dimension, a "low" level relationship was found between Pygmalion effect attitude and general organizational commitment (r=0.275; p=0.000<0.001) and continuance commitment (r=0.280; p=0.000<0.001). A "moderate" positive relationship was found between general self-efficacy and emotional commitment (r=0.393; p=0.000<0.001). This shows that an increase of 1 unit in the general Pygmalion effect attitudes of the participants working in hotel businesses will lead to an increase of 0.275 units in their general organizational commitment levels, 0.393 units in their emotional commitment and 0.280 units in their continuance commitment. However, no significant difference was found between the general Pygmalion effect and normative commitment (p=0.094>0.001). In the managerial self-efficacy dimension, a "low" level and positive relationship was found between Pygmalion effect and general organizational commitment (r=0.131; p=0.000<0.001), emotional commitment (r=0.137; p=0.000<0.001) and continuance commitment (r=0.204; p=0.000<0.001). This shows that an increase of 1 unit in the general Pygmalion effect attitudes of the participants working in hotel businesses will lead to an increase of 0.131 units in their general organizational commitment levels, 0.137 units in their affective commitment and 0.204 units in their continuance commitment. However, no significant difference was found between the general Pygmalion effect and normative commitment levels (p=0.340>0.001). A positive relationship was found between Pygmalion attitude index and general organizational commitment (r=0,248; p=0,000<0,001) and affective commitment (r=0,194; p=0,000<0,001) at "low" level, and with continuance commitment (r=0,405; p=0,000<0,001) at "moderate" level. This shows that an increase of 1 unit in the general Pygmalion effect attitudes of the participants working in hotel businesses will lead to an increase of 0.248 units in their general organizational commitment levels, 0.194 units in their affective commitment and 0.405 units in their continuance commitment. However, no significant difference was found between the general Pygmalion effect and normative commitment levels (p=0.423>0.001). The limitations of this study include the fact that it was conducted with a total of 456 people in certified hotel establishments operating in Izmir province, that it focuses only on Pygmalion effect attitude and organizational commitment variables, and that it covers only employees. Future academic studies can be conducted in different regions, in different classes of hotel establishments and the results can be compared. On the other hand, studies on the Pygmalion effect and organizational commitment variables can also be conducted on business managers. With the results obtained, it can be stated that this research will contribute to the theoretical literature on the Pygmalion effect and organizational commitment.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Enflasyon Muhasebesi ve Muhasebe Hileleri

İpek YAYLALI [1]

Öz

Dünyayı kasıp kavuran ve ülkemizde de olumsuz etkilere yol açan COVİD-19 salgını ve akabinde ortaya çıkan Rusya ve Ukrayna savaşı vb. olumsuz faktörler tüm ülkelerde büyük buhranların yaşanmasına yol açmıştır. Tüm bunlarla birlikte yönetimsel eksiklikler de bu olumsuzlukları daha da derinleştirmiştir. Bu olumsuz durumların ortaya çıkması ile mal ve hizmet vb. gibi diğer ihtiyaçlarda fiyat istikrarsızlığına zemin hazırlamıştır. Genel fiyat düzeyindeki istikrarsızlık yeniden enflasyon muhasebesi tartışmalarını gündeme getirmiştir. Enflasyon, paranın satın alma düzeyindeki düşüş olup fiyatlar genel seviyesinin hızlı şekilde yükselmesi olarak ifade edilmektedir. Enflasyonun ortaya çıkmasıyla birlikte mal ve hizmetlerin gerçek değeri hesaplanamaz duruma gelerek finansal tablolardaki bilgilerin doğruluğunu sorgular hale getirmiş ve ister istemez işletmeleri enflasyon muhasebesine yönlendirmiştir. Yaşanan bu koşullar artık enflasyon muhasebesinin ihtiyari değil zorunlu olarak uygulanmasını hızlandırmıştır. Bununla birlikte parasal ve parasal olmayan varlık ve yükümlülüklerin gerçek değerlerinin hesaplanmasında olası muhasebe hilelerinin ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Çalışmanın amacı, üretim ve al-sat işletmelerinde enflasyon muhasebesi uygulamasında muhasebe hilelerini tespit etmek amaçlamaktadır. Konunun önemini ortaya koymak üzere üretim işletmesinde "Tesis makine ve cihazlar", "birikmiş amortismanlar" ile al-sat işletmesinde "Sermaye" kalemi örneklem olarak alınmıştır. Söz konusu iki kalem için uygulanan enflasyon muhasebesinde olası muhasebe hileleri kayıtlar şeklinde gösterilerek vergisel kayıplar yorumlanmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar; enflasyon muhasebesi uygulamasında düzeltme katsayılarının yanlış uygulanmasının hem vergi yükünü azaltığı hem de özkaynakları güçlü duruma getirdiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Enflasyon, Enflasyon Muhasebesi, Muhasebe Hileleri, Üretim ve Al-Sat İşletmeleri

Inflation Accounting and Accounting Fraud

Abstract

The COVID-19 pandemic, which has swept the world and caused negative effects in our country, and the subsequent war in Russia and Ukraine, etc., have led to major depressions in all countries. Along with all these, managerial deficiencies have further deepened these negativities. The emergence of these unfavorable situations has paved the way for price instability in other needs such as goods and services. The instability in the general price level has again brought the inflation accounting debate to the agenda. Inflation is the decline in the purchasing level of money and is expressed as a rapid increase in the general level of prices. With the emergence of inflation, the real value of goods and services cannot be calculated, making the accuracy of the information in the financial statements questionable and inevitably led businesses to inflation accounting. These conditions have accelerated the implementation of inflation accounting as mandatory rather than voluntary. However, it has also led to the emergence of possible accounting frauds in the calculation of the real values of monetary and non-monetary assets and liabilities. The aim of the study is to identify accounting frauds in the application of inflation accounting in production and buy-sell businesses. In order to reveal the importance of the subject, "Plant, machinery and equipment" and "accumulated depreciation" items in manufacturing enterprises and "Capital" item in buy-sell enterprises are taken as sample. Possible accounting frauds in inflation accounting applied for these two items were shown in the form of records and tax losses were tried to be interpreted. The results show that the misapplication of the adjustment coefficients in inflation accounting both reduces the tax burden and strengthens the shareholders' equity.

Keywords: Inflation, Inflation Accounting, Accounting Frauds, Production and Buy-Sell Businesses

Atıf İçin / Please Cite As:

Yaylalı, İ. (2025). Enflasyon muhasebesi ve muhasebe hileleri. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1222-1235. doi:10.33206/mjss.1567506

Geliş Tarihi / Received Date: 15.10.2024 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 13.03.2025

[1] Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, ipek.yaylali@medipol.edu.tr,

ORCID: 0000-0001-7171-7752

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Enflasyon faktörünün ekonomi üzerinde önemli etkileri mevcut olup en önemli etkisi fiyatlarda yaşanan istikrarsızlıktır. Söz konusu istikrarsızlık bireylerde refah düzeyinin azalmasına, işletmelerde de gerçek değeri sunmayan finansal tabloların hazırlanmasına yol açarak hem yatırım kararlarının yanlış alınmasına hem de sürdürülebilirliğin olumsuz etkilenmesine zemin hazırlamıştır.

Enflasyon muhasebesi ilk olarak 5024 sayılı kanun kapsamında 2004 yılında ülkemizde uygulanmaya başlamıştır. 2021 yılında gerekli şartlar oluşmuş olsa da finansal tablolarda enflasyon muhasebesi uygulanmayacağı belirtilmiştir. Ancak 213 sayılı VUK Madde: 33'e göre 31/12/2023 tarihli finansal tablolar, "enflasyon muhasebesi şartlarının oluşup oluşmadığına bakılmaksızın enflasyon düzeltmesine tabi tutulur." hükmü doğrultusunda işletmeler 2023 yılı için enflasyon düzeltmesi uygulamaya başlamışlardır (Selimoğlu, 2023). Enflasyon muhasebesi uygulamasının 2024 yılında 1.2.ve 3. geçici vergi dönemlerinde uygulanacağı belirtilmiş olsa da 213 sayılı VUK mükerrer 298'inci maddesi uyarınca 1. geçici dönemde enflasyon muhasebesinin uygulanmayacağı belirlenmiştir.

Enflasyon ile ilgili kaygı ve endişeler, fiyat yüksekliği, mal tedarikinde durgunluk, istihdamın azalması, pandeminin etkisi ve kamuoyunun girişimi ile tekrardan gündeme gelmiştir (Agur, Capelle., Dell'Ariccia ve Sandri, 2022).

Enflasyon oranları ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Söz konusu bu farklılık bireyleri etkilediği kadar işletmeleri de etkilemektedir (Ojo ve Marcelu, 2021). Enflasyon faktöründe yaşanan bu farklılık ister istemez hem bireysel hem de işletmelerde birtakım yolsuzluklara ortam hazırlamıştır. Enflasyon kapsamında ortaya çıkan yolsuzluk ve belirsizlikler ekonominin yavaşlamasına, verimliliğin düşmesine, refahın azalmasına ve kaynaklara olan erişimin kısıtlanmasına yol açarak devlete olan güvenin azalmasına zemin hazırlamıştır (Ayodeji, 2020). Ancak ülkelerde farklılaşan enflasyon oranları bir nebze de bireylerin ahlaki boyutuyla ilişkilidir. Diğer bir ifadeyle, bireylerdeki ahlaki boyutun yetersizliği denetim faktörünün eksikliğinden kaynaklanmakta olup enflasyon oranının artırılmasında etkisi büyüktür. Söz konusu durum artık bireylerde mal ve hizmette fiyat algısını kaybettirerek ürün ve hizmetlerin karşılaştırma olasılığını yok etmektedir.

Sürekli gelişen ve büyüyen bir bilgi toplumunda güvenilir ve doğru bilgi sağlama gereksinimi gün geçtikçe artmaktadır. İşletmelerde sadece kar elde etme ve devamlılık düşüncesi, dijitalleşmenin gelişimi ve sağladığı imkân kapsamında her türlü bilgiye erişim kolaylaşarak muhasebe alanında hata ve hileli işlemlerin hızlıca gerçekleşebilmesine olanak tanımaktadır (Kıllı ve Kutlu, 2021).

Muhasebe işlem ve bilgilerinin niteliğini olumsuz etkileyebilecek iki önemli neden bulunmakta olup, bunlar muhasebe hata ve hileleridir. Muhasebe işlemlerinde yapılan yanlışlıklar da niyet (kasıt) unsuru mevcut değilse hata, kasıt unsurunun olması halinde hile olarak değerlendirilmektedir (Özçelik, Aracı ve Keskin, 2017).

İşletmelerin; ortakları, yöneticileri, çalışanları, yatırımcıları ve diğer tüm paydaş grupları işletme hakkında doğru bilgi sahibi olmak istediklerinde finansal tablolardan faydalanmaktadırlar. Finansal tabloların doğru ve eksiksiz bilgiler sunması önemlidir. Fakat enflasyonun yüksek olması güvenilir ve gerçek bilgiye ulaşmada engel teşkil etmektedir. Dolayısıyla yüksek enflasyon nedeni ile finansal tablolarda yer alan tutarlar gerçek değeri yansıtmamaktadır. Bu kapsamda, ortada mevcut olan bu sorunun giderilmesi için enflasyon muhasebesinin uygulanması önem taşımaktadır (Hiçyorulmaz ve Akdoğan, 2023). İşletmelerin varlık ve yükümlülüklerin gerçek değerlerinin hesaplanması noktasında hileli işlemler yapılmaktadır. Temel neden olarak parasal ve parasal olmayan varlık ve yükümlülüklerin gerçek değerini gizlemektir. Bu tür işlemler, düzeltme katsayılarının yanlış kullanımı sonucu gerçekleşebilmektedir.

Bu kapsamda, muhasebe alanında gerçekleşen hata ve hileler tüm kesimi her açıdan etkilemektedir. En önemlisi muhasebede yapılan hata ve hileler gelir kaynağı olan vergileri de etkilemektedir (Yurt ve Temelli, 2022).

Bu çalışmanın amacı, enflasyon muhasebesi uygulamasında olası muhasebe hilelerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Enflasyon muhasebesinde düzeltme katsayılarının doğru ve yanlış kullanılması sonucu ortaya çıkan parasal tutarlar değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, 31.12.2023 takvim yılında işletmelerin bilançolarının enflasyon muhasebesi uygulamaları kapsamında değerlendirilmesi ve dönem sonu kapanış kayıtları yapılarak 2024 yılına enflasyon muhasebesi uygulanmış şekilde açılış bilançosunun yapılması hükmedilmiştir. Fakat işletmeler nezdinde parasal varlıklar ve parasal olmayan kaynaklarda ortaya çıkan vergisel yükler ister istemez muhasebe hilelerine yönlendirmiştir. Dolayısıyla, konunun önemini daha net

ortaya koymak adına üretim ve al-sat işletmesi örneği ele alınmıştır. Uygulama örneği, üretim işletmesinde "tesis, makine ve cihazlar", "birikmiş amortismanlar" ile al-sat işletmesinde ise sermaye kalemi enflasyon muhasebesi uygulaması kapsamında muhasebe hileleri kayıtlar şeklinde değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmada öncelikle enflasyon ve enflasyon muhasebesinin tanımı ele alınmıştır. Daha sonra enflasyon muhasebesi ve muhasebe hileleri ile ilgili literatürde yer alan çalışmalara değinilmiştir. Son bölümde ise uygulama örneğinde sabit kıymet ve sermaye için enflasyon muhasebesi uygulamasında muhasebe hileleri ele alınmış ve ortaya çıkan vergisel tutarlar yorumlanmıştır. Bu kapsamda sonraki çalışmalarda aynı konunun önemlilik arz eden kalemler için uygulanmasının fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma alanında özgün olup literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Enflasyon ve Enflasyon Muhasebesi Kapsamı

Enflasyon kavramı, üretilen malların ve sağlanan hizmetlerin fiyat seviyelerinin artması nedeniyle paranın satın alma gücünün zaman içinde azalması olarak tanımlanmaktadır (Feldkircher ve Siklos, 2019). Enflasyon, ürün ve hizmetlerde satın alma gücünün düşmesi, para arzının artması ve fiyat düzeyinin sürekli yükselmesi olarak ifade edilmektedir. Enflasyon faktörü, işletme faaliyetlerinde maliyetlerinin artması veya vergilerin artması gibi etkenlerden doğabilmektedir (Erdoğan, 2023).

Mal ve hizmet alımında fiyatların genel seviyesi normal olduğunda mevcut muhasebe finansal tabloların gerçek değerlerin sunumunda yeterli olmaktadır. Fiyat istikrarsızlığının ortaya çıkması durumunda ise geleneksel muhasebe yöntemiyle hazırlanan finansal tablolar eksik ve yanıltıcı olabilmektedir (Zamel, Behery ve Hefny, 2020). Enflasyonda oynaklığının fazla olması finansal tablolardaki bilgilerin gerçek sunumunu engellediği kadar yolsuzluğu da ön plana çıkarmaktadır. Yolsuzluğun yaygın olması, yanlış kaynak tahsisi ya da mevcut kaynaklardaki niteliksizlik vb. faktörler fiyatların artmasına ve verimsizliğin düşmesine yol açmaktadır (Ayodeji, 2020). Enflasyon muhasebesi, mevcut muhasebe uygulamalarının eksik ve yetersiz kaldığı noktalarda uygulanan alternatif bir yöntemdir. İşletmelerde uygulanan enflasyon muhasebesinin temel amacı; finansal tablolardaki tutarların gerçek değerinin ortaya konulmasını sağlamaktır (Lazol, 2020). Ekonomide belirsizlik olgusunun azaltılmasında enflasyon muhasebesi önemli işleve sahiptir (Yenisu, 2022).

Enflasyon faktörünün ortaya çıkmasıyla birlikte geleneksel muhasebe kapsamında hazırlanan finansal tabloların eksik ve yanıltıcı olarak düzenlenmesine neden olmuştur (Açık, 2006). Enflasyon faktörünün artması işletme maliyetlerini artırır, satış fiyatlarını yükseltir, kredinin yüksek faizli kullanmasına yol açarak üretimlerin azalmasına yol açar. Enflasyon finansal tabloların genel akışını bozar, doğru ve güvenilir bilgilerin sunulmasını güçleştirir (Erdemir, 2010). Enflasyon muhasebesinin uygulanması kapsamında fiyat oynaklığın finansal tablolarda olumsuz etkilerini minimum seviyeye indirmek, karar alma aşamasında olası riskleri azaltmak ve işletmelerin faaliyetler sonucu oluşan parasal tutarların gerçek değerlerinin ortaya konulmasını sağlamaktır.

Enflasyon faktörünün ortaya çıkma nedenleri sadece tek sebepten olmayıp bireylerin ahlaki boyutunun etkisi yani mal ve hizmet alımlarında bireysel tutarların abartılması da enflasyon oranlarının artmasına yol açmaktadır.

Enflasyon faktörünü artıran diğer nedenler olarak dünyada çoğu ülkelerde aniden ortaya çıkan ve etkisi hala süren COVİD-19 salgını ekonomik krizin doğmasında önemli sorunların başında gelmektedir. Uygulanan karantina, sosyal mesafe ve seyahat kısıtlaması gibi faktörler ekonomik krizi hızlandırmıştır (Coibion, Gorodnichenko ve Weber, 2020). COVİD-19 sağlık ve ekonomik olarak iki önemli sektörü etkilemiştir. COVİD-19 sürecinde hammadde azlığı, mal ve hizmet temininde yaşanan sıkıntılar, döviz dengesi, yatırım ve üretimin azalması gibi etkenler büyüme ve sürdürülebilirliği etkileyerek enflasyonun artmasına özellikle maliyet giderlerinin artması ile enflasyon faktörü sorunu ile karşı karşıya kalınmasına neden olmuştur. Dolayısıyla söz konusu faktörler gelişmekte olan ülkelerin bu süreçte daha fazla olumsuz etkilenmesine yol açmıştır (Han, Pehlivan ve Konat, 2022). Buna ilaveten Rusya-Ukrayna savaşı da enflasyon oynaklığını daha da hızlandırmıştır. Özellikle tarım ürünlerinde tedarik zincirinde bozulmalara yol açarak tarımsal ürünlerde kıtlığa neden olmuştur. Bu bakımdan, ürün ve hizmetlerde fiyatların yükseltilmesine ve işsizlik oranının artmasına ortam hazırlamıştır (Al-Saadi, 2023). İklim değişikliği de enflasyon oranlarını artıran diğer önemli bir sorundur. İklim değişikliği ve küresel ısınma arz ve talepte değişiklikler yaratarak fiyat düzeyinde istikrarsızlığa yol açmıştır (Karagöl, 2023).

Enflasyonun tekrardan gündeme gelmesiyle işletmelerin sürekliliği ile ilgili kaygılar artmıştır. Özellikle işletmelerin varlık yapıları değerlendirildiğinde gelecekle ilgili belirsizlik ve faaliyetlerde artan maliyetler işletmeleri uzun vadeli yatırım ve planlama yapmaktan kaçındıkları görülmektedir. Enflasyon faktörü nedeni

ile artık işletmeler uzun vadede nakit girişi sağlayacak yatırımlardan kaçınmakta, kısa sürede nakit girişi sağlayacak menkul kıymet veya vadeli mevduat yatırımlarına yönelmektedirler. Söz konusu bu düşünce işletmelerin varlık yapısında değişikliğe yol açmakta olup dönen varlıklar duran varlıklardan daha yüksek tutarlara erişebilmektedir (Kantar ve Öndeş, 2022).

Enflasyon faktörü, finansal tablolarda yer alan bilgilerin doğru ve karşılaştırılabilirlik özelliğini yok etmekte ve muhasebenin tutarlılık ilkesi açısından sorun yaratmaktadır. Dolayısıyla finansal tablolarda olumsuz etkilerin giderilmesi ve gerçek değerle sunumunda enflasyon muhasebesi kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelmektedir (Yenisu, 2022).

Hissedarlar, yönetici, paydaşlar, yatırımcılar ve çalışanlar kısaca işletme ile ilgisi olan tüm bilgi kullanıcıları işletme hakkında bilgi sahibi olmak istediklerinde finansal tablolardan faydalanmaktadırlar. Dolayısıyla işletmenin finansal tabloları hakkında doğru ve gerçeğe uygun bilgi sunmaları önem teşkil etmektedir. Fakat enflasyonun ortaya çıkması doğru bilgilere ulaşmayı engellemektedir. Enflasyon faktörü nedeniyle finansal tablolardaki bilgiler gerçek değerleri yansıtmamaktadır. Mevcut olan sorunun çözülmesi aşamasında enflasyon muhasebesinin uygulanması önem teşkil etmektedir (Hiçyorulmaz ve Akdoğan, 2023).

Enflasyon muhasebesi uygulamasının temel amacı, işletmeler tarafından düzenlenen finansal tabloların gerçek değerini ortaya koymak ve işletme hakkında doğru ve zamanında ekonomik bilgiler sağlamaktır. Söz konusu bilgiler paydaşların karar alması hususunda önem arz etmektedir. Aynı zamanda işletmelerin sürdürülebilirlik kapsamında kaliteli ve faydalı muhasebe bilgilerin düzenlenmesi bir zorunluluktur (Çevik, 2023). Diğer bir deyişle finansal tabloların amacı, işletme ve paydaşların karar almada gereksinim duydukları bilgiyi sunmaktır. Söz konusu muhasebe bilgileri; işletmelerin varlık, finansman yapı ve faaliyet sonuçları hakkında doğru ve güvenilir bilgiler sunarak gelecekle ilgili planlamalar yapmalarında fayda sağlayacaktır. Fakat enflasyon kapsamında ortaya çıkan fiyat düzeyindeki artışlar, muhasebe çıktısı olan bilgileri etkilemekte ve bu etki finansal tablolarda kendisini göstermektedir (Ata İzmirli, 2023).

Enflasyon finansal tablolardaki bilgilerin doğruluğunu etkileyerek alınacak kararların yanıltıcı olmasına ortam hazırlamıştır (Doğan, 2023). Diğer bir ifadeyle, üretim ve hizmet alımlarında fiyatlar genel düzeyde olduğunda geleneksel muhasebe kapsamında düzenlenen finansal tablolar paydaşların beklentilerini karşılayabilmektedir. Ancak enflasyonun artması ve beraberinde fiyat düzeyinde artış mevcut geleneksel muhasebe yöntemiyle düzenlenen finansal tabloların yanıltıcı olmasına neden olmaktadır (Zamel, Behery ve Hefny, 2020). Enflasyon muhasebesi uygulamalarında stok, sabit varlıklar, amortisman ve gelir/gider kalemlerinin enflasyon muhasebesi uygulanmasında vergi matrahına etkileri olmaktadır (Fergan, 2023).

Enflasyon muhasebesinin uygulanması sonucu vergi matrahında artış ve azalışlar meydana gelmektedir. Bu artış ve azalışlar işletmelerin vergi ödeme düzeylerini etkileyebilmektedir. Söz konusu uygulamada ortaya çıkan vergiler işletmelerin gerçek kazançlarından kaynaklanan vergiler olmayıp, işletmelerin gerçek karlar üzerinden öz kaynak kalemlerini korumalarını zorlaştırmaktadır (Akyol, 2023). Dolayısıyla ortaya çıkan bu olumsuz durumlar ister istemez işletmeleri muhasebe hilelerine yönlendirmektedir. İşletmeler, ortaya çıkan vergilerin gerçek kazançlarından dolayı olmadığı düşüncesiyle finansal tablolarda birtakım manipülasyon girişimlerinde bulunmaktadırlar ve gerçek kazançlarından olmayan vergileri de ödemekten kaçınmaktadırlar. Bu kapsamda etkin ve verimli bir denetim sürecinin devreye girmesi önem taşımaktadır. Denetim sürecinde yer alan uzmanların enflasyon muhasebesi hakkında fikir sahibi olmaları denetim sürecini daha işlevli hale getirecektir. Aksi takdirde söz konusu durum devasa vergi kayıplarına yol açacaktır.

Enflasyon oranlarının hızlı artışı, ekonomide tahmin edebilirliğin azalmasına yol açarak işletmelerin yapısı bireylerin ise davranışlarını olumsuz etkilemektedir. Tüm bunlarla birlikte belirsizlik maliyetlerin oluşmasını hızlandırmaktadır (Erer, 2023).

Literatür Değerlendirmesi

Wali, Darwish ve Velasco (2024) çalışmalarında, 2018-2019 arası Royal Dutch Havayolları Şirketi'nin finansal verilerini analiz ederek finansal tablolarda enflasyon muhasebesinin önemini ele almıştır. Akçay (2024) çalışmasında, enflasyon muhasebesi uygulamasının tekrardan gündeme gelmesiyle işletmelerde enflasyon muhasebesinin nasıl uygulanacağına ve işletmelerde nasıl etkiler oluşturacağını incelemiştir. Cui (2024) çalışmasında enflasyon ve yaşlanma arasındaki bağlantıyı REVIEW araştırma modelini kullanarak araştırmıştır. Martins (2024) çalışmasında, Nijerya'da enflasyonun işçi performansını etkileyip etkilemediğini ele almıştır. Amani ve Berrached (2024) çalışmalarında Cezayir'de enflasyon algısının sosyo-demografik özellikleri arasında bir ilişkinin olup olmadığını Probit modeli kullanılarak analiz etmiştir. Stylianou, Nasir ve Waqas (2024) çalışmalarında, Pakistan'da 1981'den 2021'e kadar olan yıllık veriler kullanılarak para arzı ve

para arzı arasındaki uzun vadeli ve kısa vadeli ilişkiyi ve para arzının enflasyon dinamikleri üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Zhu, Zhou ve Zhang (2024) çalışmalarında, yatırımcı ilgisinin makroekonomi açısından önemi ve enflasyonun açıklanmasında ve tahmin edilmesinde yatırımcı ilgisinin rolü olup olmadığını araştırmışlardır. Sofro, Azzahro, Khikmah ve Nunkaw (2024) çalışmalarında, Endonezya'da ihracat değeri, faiz oranı, para arzı ve döviz kuru faktörlerinin enflasyon oranlarının etkileyip etkilemediğini regresyon analiz yöntemiyle araştırmıştır. Hermanda, Ayuningtyas, Puteh, Munandar ve Uddin (2024) çalışmalarında Endonezya'da enflasyonun siyasi istikrar arasında ilişkinin olup olmadığını incelemişlerdir. Bükey ve Kalkan (2024) çalışmalarında, Modifiye Edilmiş/Orijinal Phillips Eğrisi bağlamında Almanya'da işsizlik-enflasyon değiş tokuşu makro iktisadi veriler yardımıyla 1992-2023 dönemini kapsayan işsizlik-enflasyon ilişkisini irdelemişlerdir. Karakaş ve Varıcı (2024) çalışmalarında, Borsa İstanbul (BİST) Sınai endeksinde işlem gören 150 şirketin 2019 yılı verileri kullanılarak muhasebe bilgi kalitesi bağlamında finansal başarısızlık ile hileli finansal raporlama ilişkisini araştırmışlardır. Li, Zhang ve He (2023) çalışmalarında, 1995'ten 2021'e yılına kadar sıcaklık dalgalanmalarının enflasyon seviyeleri üzerindeki etkisini panel veri seti kullanılarak araştırmışlardır. Nwaonuma ve Ebubechima (2023), çalışmalarında ARDL modellini kullanarak 1981-2021 yılları arası Nijerya'da enflasyon ve işsizliğin ekonomik büyüme üzerinde bir etkisinin olup olmadığını araştırmışlardır. Yılmaz (2023) çalışmasında, 2008 ve 2022 yılları arası BIST endeksinde faaliyet gösteren enerji sektörleri üzerinde enflasyonun finansal tablolar üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Korkmaz (2023) çalışmasında, Karabük, Bartın ve Zonguldak illerindeki faaliyet gösteren 177 muhasebe meslek mensubu üzerinde muhasebedeki hata ve hilelerine yönelik algı ve düşüncelerini araştırmışlardır. Kılıç ve Önal (2022) çalışmalarında, finansal tablo hile riskinin tespit edilmesinde veri madenciliği yöntemini uygulayarak 2012-2019 yılları arasında Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren 144 işletmenin bağımsız denetim raporları ile finansal tablolarını incelemişlerdir. Varol (2022) çalışmasında, vergi mevzuatı ve muhasebe standartları kapsamında enflasyon muhasebesini incelemiştir. Koçak, Karış ve Çil (2022) çalışmalarında, Johansen ve Juselius eş bütünleşme testi ve Vektör Otoregresif (VAR) modeli kullanarak enflasyon, enflasyon oynaklığı ve vergi gelirleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Demir ve Yıldız (2022) çalışmalarında, muhasebe hata ve hilelerinin ortaya çıkarılmasında adli muhasebecilik mesleğinin önemine değinmişlerdir. Gül ve Demir (2022) çalışmalarında, Elâzığ ilinde faaliyet gösteren 215 muhasebe meslek mensubu üzerinde muhasebe kayıtlarında ortaya çıkan hata ve hilelere yönelik farkındalıklarını araştırmışlardır. Kıllı ve Kutlu (2021) çalışmalarında, Osmaniye ilinde faaliyet gösteren 221 meslek mensubu üzerinde muhasebe meslek mensuplarının hata ve hileye karşı olan algı ve tutumlarını araştırmışlardır. Özcan ve Bilen (2021) çalışmalarında, Bolu, Sakarya ve Kocaeli illerinde mesleğini icra eden muhasebe meslek mensupları üzerinde muhasebe hilelerine yönelik algı farklılıklarını araştırmışlardır. Liu ve Serletis (2021) çalışmalarında, VARMA-GARCH modelini kullanarak hisse senedi getirisi ve aylık enflasyon arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Kantar, Abar ve Öndeş (2021) çalışmalarında, 2013-2018 yılları arası BİST dokuma, giyim eşyası ve deri sektöründe faaliyet gösteren 19 şirketin enflasyonun işletmelerin finansal oranlarına etkisini araştırmışlardır. Asab ve Al-Tarawneh (2020) çalışmalarında, Ürdün'de enflasyon ile borsa ilişkisini incelemişlerdir. Uslu ve Özbay çalışmalarında (2020), muhasebe meslek mensuplarının muhasebe hata ve hilelerine bakışlarında, vergi düzenlemelerinin etkisini araştırmışlardır. Tayman ve Tekşen (2019) çalışmalarında, 402 muhasebe meslek mensubu üzerinde muhasebe denetiminde karşılaşılan muhasebe meslek mensuplarının yaptıkları hata ve hileleri tespit etmek ve tespit edilen hata ve hileleri önlemeye yönelik öneriler geliştirmişlerdir. Özçelik (2018) çalışmasında, vergi kaçırma amacıyla yapılan muhasebe hilelerini ve bu konuda vergi idaresi tarafından alınan önlemleri ele almıştır. Saibu ve Olatunbosun (2013) çalışmalarında Nijerya'da 1970-2011 dönemi için ekonomik büyüme, döviz kuru ve enflasyon oranının vergi gelirleri üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Lin ve Chu (2013) çalışmalarında, 1960-2006 yılları arasında 91 ülkede bütçe açığı ile enflasyon ilişkisini incelemiştir.

Araştırma

Bu çalışmada, araştırmanın amacı, yöntemi ve enflasyon muhasebesi uygulamalarında ortaya çıkan muhasebe hilelerine ilişkin kayıtlar yer almaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

İşletmelerde giderek yaygınlaşan ve önlenemez hale gelen hileler, vergisel kayıplarda ciddi boyutlara yol açarak finansal tabloların güvenilirliği sorgular hale gelmiştir. Özellikle enflasyon muhasebesi uygulamasının tekrardan gündeme gelmesiyle bu durum endişeleri daha da artırmıştır. İşletmeler finansal tablolarını gerçek değere indirgemek adına enflasyon muhasebesini uygulamak zorundadırlar. Enflasyon muhasebesinde parasal varlıklar ve parasal olmayan kaynaklarda artan değerler fiktif karların ortaya çıkmasına dolayısıyla vergisel açıdan fazla vergi ödenmesine neden olmaktadır. Söz konusu durumu ortadan kaldırmak adına

enflasyon muhasebesi uygulamasında muhasebe hilelerini artırmaktadır. Çalışmanın temel amacı, enflasyon muhasebesi uygulamalarında önerilen hükümlerin uygulanmaması diğer bir ifadeyle söz konusu önemlilik arz eden kalemlerde muhasebe hilelerini ortaya koymaktır. Uygulama kapsamında üretim ve al-sat işletmeleri ele alınmıştır. Üretim işletmesinde 253. Tesis, Makine ve Cihazlar, 257. Birikmiş amortismanlar ile al-sat işletmesinde 500- Sermaye kalemi örneklem alınmıştır.

Uygulama Örneği

2023 yılına ait bilançonun düzeltilme işleminde, Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) tarafından belirlenen Yİ-ÜFE değerlerin dikkate alınması öngörülmüştür. Enflasyon muhasebesi uygulaması için düzeltme katsayılarında uygulanacak değerler Tablo 1'de sunulmuştur:

Tablo 1. *Düzeltme Katsayıları*

2021	4,99678	4,93636	4,74041	4,54315	4,37172	4,20310	4,10214	3,99165	3,93082	3,73505	3,39576	2,85157
2022	2,58188	2,40791	2,20517	2,04811	1,88308	1,76374	1,67702	1,63761	1,56294	1,44944	1,43875	1,44223
2023	1,38470	1,36341	1,35744	1,34647	1,33777	1,25608	1,16055	1,09604	1,06001	1,03986	1,01144	1,00000

Uygulama Verileri

Üretim sektöründe faaliyet gösteren ABC işletmesinin 31.12.2023 tarihli örnek bilançosunda yer alan tesis, makine ve cihazlar ile birikmiş amortismanlar, al-sat işletmesinde ise sermaye kalemlerine ilişkin enflasyon muhasebesi uygulamalarında karşılaşılan muhasebe hileleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Uygulama 1.

253-Tesis Makine ve Cihazlar Düzeltme Yevmiye Kaydı

ABC üretim işletmesinin bilançosunda 01.01.2022 tarihinde alınan makinenin bedeli 120.000,00 TL, birikmiş amortismanı ise 24.000,00 TL'dir. Makinenin alım tarihi faturada 01.01.2022 olup kayıtlara bu şekilde alınmıştır. Söz konusu makinenin enflasyon muhasebesi kapsamında 2022/Ocak endeksinin 2,58188 alınması gerekirken, amortisman gideri ile bedelin daha yüksek hesaplanabilmesi için 2021/Ocak endeksi olan 4,99678 alınmış ve 2023 yılı bu endekse göre hesaplanarak kapatılmıştır. 2024/ 1.dönem geçici vergi döneminde ise 2021/Ocak endeksine göre hesaplanan değerden amortisman ayrılarak daha yüksek bir amortisman gideri hesaplanmış olup vergi etkisine olumlu yönde yansıtılmıştır.

Tablo 2. *Makine Alımı Yevmiye Kaydı*

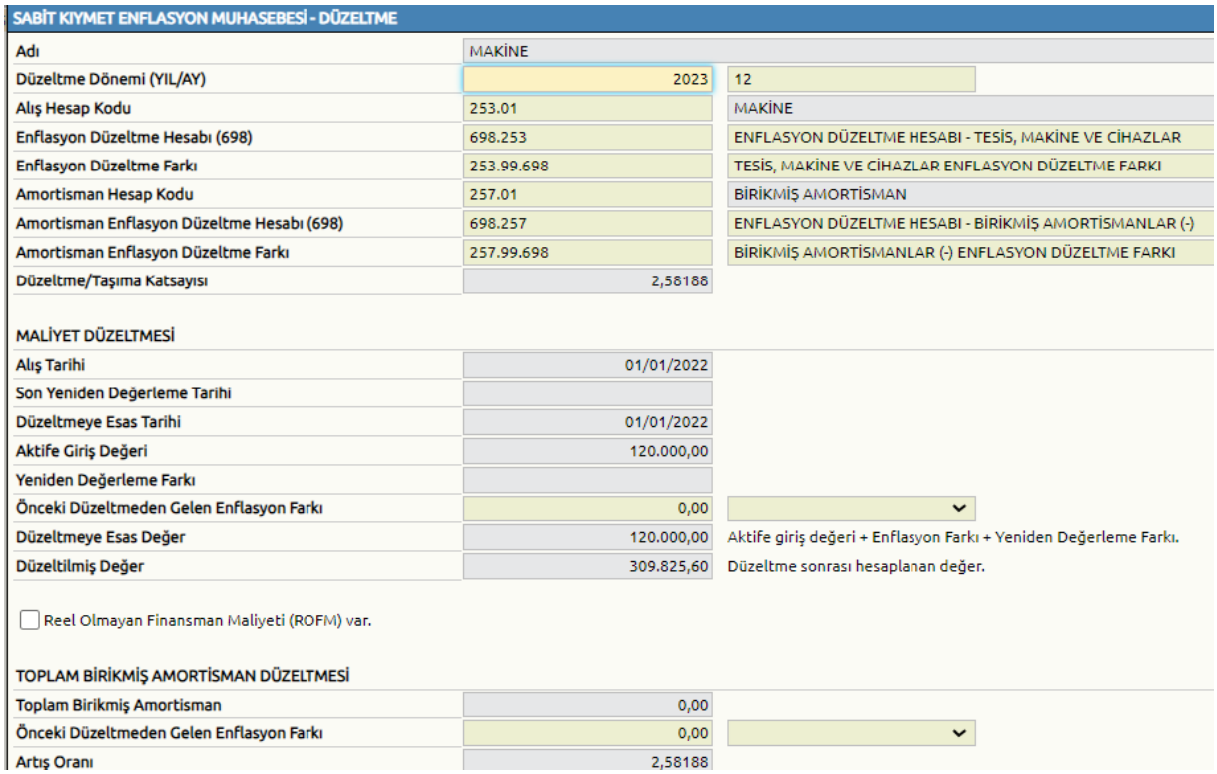
253-TESİS MAKİNE ve CİHAZLAR	120.000,00	
102-BANKALAR		120.000,00

İşletmenin 01.01.2022 tarihinde almış olduğu makinenin alım kaydıdır.

Tablo 3. *Makine Amortismanı Yevmiye Kaydı*

730-GENEL ÜRETİM GİDERLERİ		
730.01.AMORTİSMAN GİDERLERİ	24.000,00	
257-BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR		24.000,00

İşletmenin 01.01.2022 tarihinde almış olduğu makine için ayrılan amortisman kaydıdır.



SABİT KIYMET ENFLASYON MUHASEBESİ - DÜZELTME		
Adı	MAKİNE	
Düzeltme Dönemi (YIL/AY)	2023	12
Alış Hesap Kodu	253.01	MAKİNE
Enflasyon Düzeltme Hesabı (698)	698.253	ENFLASYON DÜZELTME HESABI - TESİS, MAKİNE VE CİHAZLAR
Enflasyon Düzeltme Farkı	253.99.698	TESİS, MAKİNE VE CİHAZLAR ENFLASYON DÜZELTME FARKI
Amortisman Hesap Kodu	257.01	BİRİKMİŞ AMORTİSMAN
Amortisman Enflasyon Düzeltme Hesabı (698)	698.257	ENFLASYON DÜZELTME HESABI - BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR (-)
Amortisman Enflasyon Düzeltme Farkı	257.99.698	BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR (-) ENFLASYON DÜZELTME FARKI
Düzeltme/Taşıma Katsayısı	2,58188	
MALİYET DÜZELTMESİ		
Alış Tarihi	01/01/2022	
Son Yeniden Değerleme Tarihi		
Düzeltmeye Esas Tarihi	01/01/2022	
Aktife Giriş Değeri	120.000,00	
Yeniden Değerleme Farkı		
Önceki Düzeltmeden Gelen Enflasyon Farkı	0,00	
Düzeltmeye Esas Değer	120.000,00	Aktife giriş değeri + Enflasyon Farkı + Yeniden Değerleme Farkı.
Düzeltilmiş Değer	309.825,60	Düzeltme sonrası hesaplanan değer.
☐ Reel Olmayan Finansman Maliyeti (ROFM) var.		
TOPLAM BİRİKMİŞ AMORTİSMAN DÜZELTMESİ		
Toplam Birikmiş Amortisman	0,00	
Önceki Düzeltmeden Gelen Enflasyon Farkı	0,00	
Artış Oranı	2,58188	

Şekil 1. *Makine Enflasyon Düzeltme Hesaplaması ve Yevmiye Kaydı (2022/01 doğru olan endeks)*

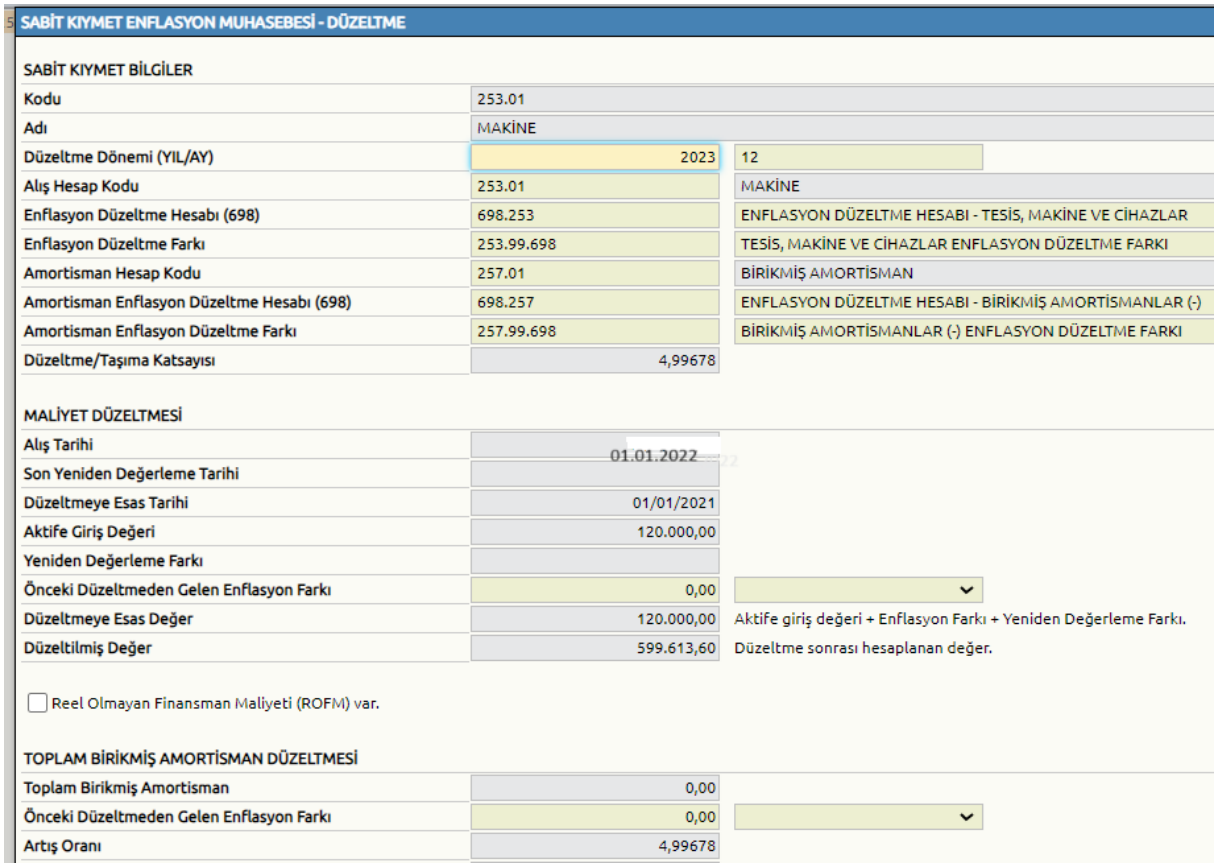
Tablo 4. *Makine, Tesis ve Cihazlar Hesabı Enflasyon Düzeltmesi*

253.99.698 TESİS, MAKİNE VE CİHAZLAR ENFLASYON DÜZELTME		189.825,60	
	698. 253 ENFLASYON DÜZELTME HESABI- TESİS, MAKİNE VE CİHAZLAR		189.825,60

Tablo 5. *Makine, Tesis ve Cihazlar Hesabı Yevmiye Kaydı*

253.01 MAKİNE		189.825,60	
	253.99.698 TESİS, MAKİNE VE CİHAZLAR ENFLASYON DÜZELTME FARKI		189.825,60

Yukarıda yapılan hesaplama ve yevmiye kaydı sonrasında 253-Tesis Makine ve Cihazlar Hesabı 309.825,60 TL' ye yükseltilmiştir. Dolayısıyla 31.12.2023 tarihinde ABC üretim işletmesinin bilançosunda yer alacak olan makinenin değeri 309.825,60 TL olup 2024/1.geçici dönemde bu tutar üzerinden amortisman ayrılacaktır.



SABİT KIYMET ENFLASYON MUHASEBESİ - DÜZELTME

SABİT KIYMET BİLGİLER

Kodu	253.01	
Adı	MAKİNE	
Düzeltme Dönemi (YIL/AY)	2023	12
Alış Hesap Kodu	253.01	MAKİNE
Enflasyon Düzeltme Hesabı (698)	698.253	ENFLASYON DÜZELTME HESABI - TESİS, MAKİNE VE CİHAZLAR
Enflasyon Düzeltme Farkı	253.99.698	TESİS, MAKİNE VE CİHAZLAR ENFLASYON DÜZELTME FARKI
Amortisman Hesap Kodu	257.01	BİRİKMİŞ AMORTİSMAN
Amortisman Enflasyon Düzeltme Hesabı (698)	698.257	ENFLASYON DÜZELTME HESABI - BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR (-)
Amortisman Enflasyon Düzeltme Farkı	257.99.698	BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR (-) ENFLASYON DÜZELTME FARKI
Düzeltme/Taşıma Katsayısı	4,99678	

MALİYET DÜZELTMESİ

Alış Tarihi	01.01.2022	
Son Yeniden Değerleme Tarihi		
Düzeltmeye Esas Tarihi	01/01/2021	
Aktife Giriş Değeri	120.000,00	
Yeniden Değerleme Farkı		
Önceki Düzeltmeden Gelen Enflasyon Farkı	0,00	
Düzeltmeye Esas Değer	120.000,00	Aktife giriş değeri + Enflasyon Farkı + Yeniden Değerleme Farkı.
Düzeltilmiş Değer	599.613,60	Düzeltme sonrası hesaplanan değer.

☐ Reel Olmayan Finansman Maliyeti (ROFM) var.

TOPLAM BİRİKMİŞ AMORTİSMAN DÜZELTMESİ

Toplam Birikmiş Amortisman	0,00	
Önceki Düzeltmeden Gelen Enflasyon Farkı	0,00	
Artış Oranı	4,99678	

Şekil 2. *Makine Enflasyon Düzeltme Hesaplaması ve Yevmiye Kaydı (2021/01 yanlış olan endeks)*

Tablo 6. *Makine, Tesis ve Cihazlar Hesabı Enflasyon Düzeltmesi (Hileli Endeks)*

253.99.698 TESİS, MAKİNE VE CİHAZLAR ENFLASYON DÜZELTME FARKI	479.613,60	
698. 253 ENFLASYON DÜZELTME HESABI- TESİS, MAKİNE VE CİHAZLAR		479.613,60

Tablo 7. *Makine, Tesis ve Cihazlar Hesabı Yevmiye Kaydı (Hileli Endeks)*

253.01 MAKİNE	479.613,60	
253.99.698 TESİS, MAKİNE VE CİHAZLAR ENFLASYON DÜZELTME FARKI		479.613,60

Yukarıda yapılan hesaplama ve yevmiye kaydı sonrasında 253-Tesis Makine ve Cihazlar Hesabı 599.613,60 TL'ye yükseltilmiştir. Dolayısıyla 31.12.2023 tarihinde ABC üretim işletmesinin bilançosunda yer alacak olan makinenin değeri 599.613,60 TL olup 2024/1.dönemde bu tutar üzerinden amortisman ayrılacaktır.

Söz konusu doğru ve yanlış endeksin kullanılması sonucunda ortaya çıkan vergisel tutar şu şekildedir;

Doğru olan endeks kapsamında 31.12.2023'te bilançoda yer alan makinenin değeri 309.825,60 TL olup 2024/ 1.dönem de bu bedel üzerinden normal amortisman ayrılacaktır.

2024/1.Dönem Amortisman Gideri =309.825,6*0,2/4

=15.491,28

Tablo 8. *2024/1.Dönem Geçici Vergi Hesaplaması (Doğru Tutar)*

730-GENEL ÜRETİM GİDERLERİ			
730.01.AMORTİSMAN GİDERLERİ		15.491,28	
	257-BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR		15.491,28

Hileli uygulanan endekste ise 31.12.2023'te bilançoda yer alan makinenin değeri 599.613,60 TL olup 2024/1.dönem geçi vergi kapsamında bu bedel üzerinden normal amortisman ayrılacaktır.

2024 1.Dönem Amortisman Gideri =599.613,60*0,2/4

=29.980,68

Tablo 9. *2024/1.Dönem Geçici Vergi Hesaplaması (Hileli Tutar)*

730-GENEL ÜRETİM GİDERLERİ			
730.01. AMORTİSMAN GİDERLERİ		29.980,68	
	257-BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR		29.980,68

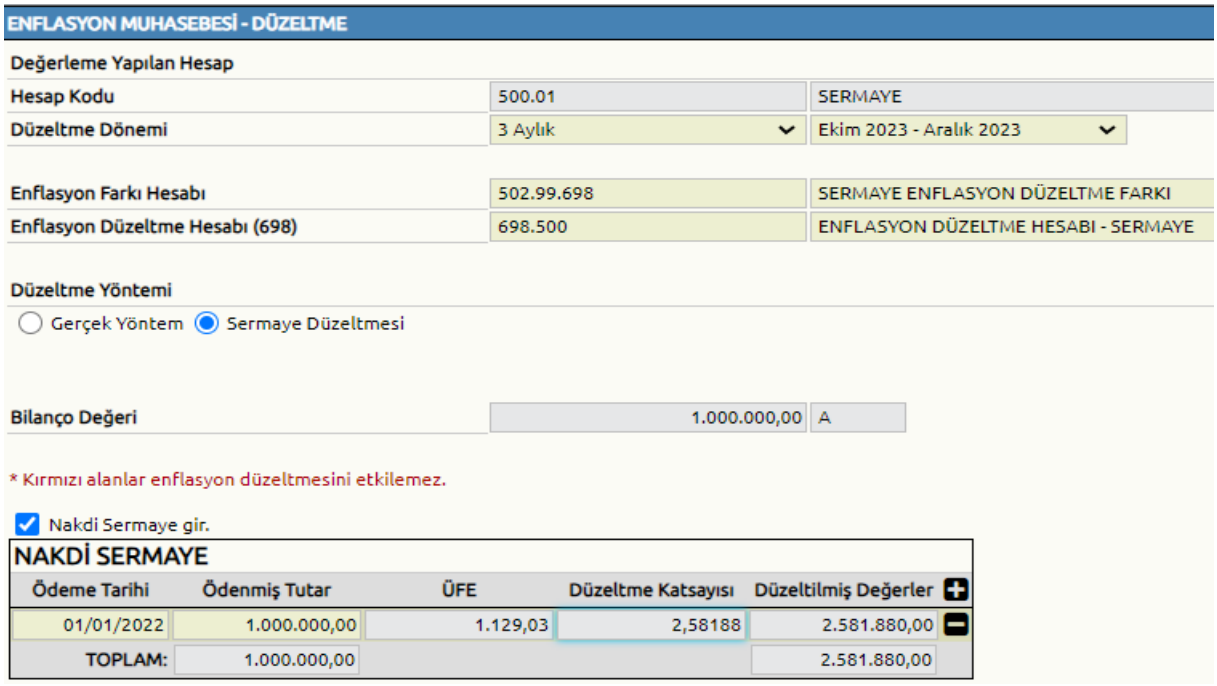
ABC üretim işletmesinde makine alım tarihi 01.01.2022 olup enflasyon muhasebesi uygulamasında makinenin gerçek değere getirilmesinde alım yılı olan 2022 yılı ocak ayı endeksi dikkate alınması gerekirken fazla amortismanın ayrılarak giderleştirilmesi ve daha az verginin ödenmesinde makinenin alım yılı değil katsayı yüksek olan 2021 ocak ayı endeksi ile hesaplanmıştır. Bu aşamada ortaya çıkan gider değişmekte ve vergi tutarı farklılaşmaktadır. Diğer bir ifadeyle, hile kaynaklı endeks sonucunda makine için 29.980,68-15.491,28 = 14.489,40 TL gider fazladan yazılmış olacak ve %25 vergi etkisi ile doğrudan 14.489,40*25%=3.622,35 TL daha az vergi ödenmesine neden olacaktır.

Uygulama 2.

500-Sermaye Hesabı Düzeltme Yevmiye Kaydı

ABC al-sat işletmesinin bilançosunda 31.12.2023 tarihinde yer alan 500-Sermaye hesabı bakiyesi 1.000.000,00 TL'dir.

Sermayenin tamamının ödenmesi ve tescil tarihi 01.01.2022'dir. Enflasyon muhasebesi kapsamında sermaye hesabı düzeltme katsayısının 2022/01 endeksi 2,58188 olup bu endeks doğrultusunda hesaplara alınması gerekirken, 2022/12 dönemi endeksi olan 1,44223 alınarak bilançoya olan etkisi Şekil 3 ve 4'te görselleştirilmiştir.



Şekil 3. *500- Sermaye Hesabı Enflasyon Düzeltme Hesaplama ve Yevmiye Kayıtları (Doğru Olan Endeks)*

Tablo 10. *Sermaye Hesabı Enflasyon Düzeltmesi*

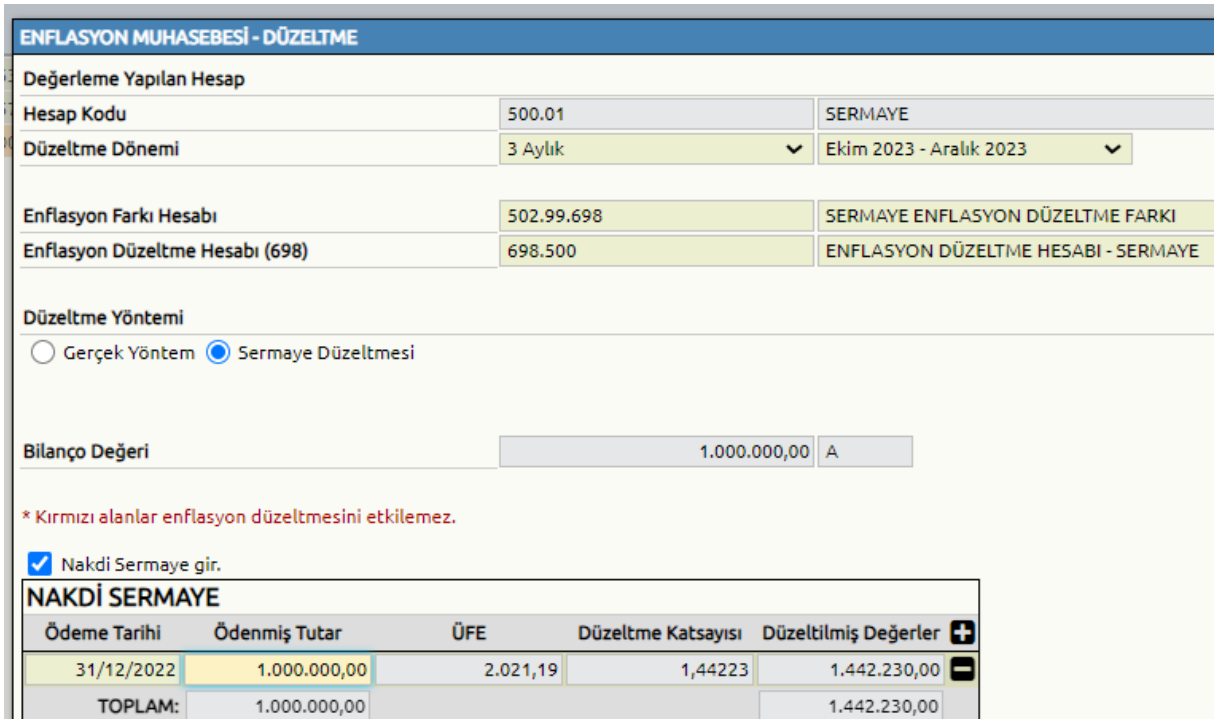
698.500 ENFLASYON DÜZELTME HESABI- SERMAYE		1.581.880,00	
	502.99.698 SERMAYE ENFLASYON DÜZELTME FARKI		1.581.880,00

Tablo 11. *Sermaye Hesabı Yevmiye Kaydı*

580.01 ENFLASYON ZARARI		1.581.880,00	
	698.500 ENFLASYON DÜZELTME HS-SERMAYE		1.581.880,00

Şekil 3'te görüldüğü üzere, sermaye düzeltme uygulamasında doğru endeksin kullanılması sonucu enflasyon düzeltme farkı 1.581.880 TL olup enflasyon zararı gerçek haliyle 580. Enflasyon zararları hesabına atılarak ilerleyen dönemlerde vergisel tutarın gerçek şekilde hesaplanmasına yol açacaktır. Diğer bir deyişle, enflasyon farkından kaynaklanan düzeltme tutarı enflasyon zararı olarak beyan etse de ilerleyen dönemlerde vergi etkisini de olumlu yönde etkileyecektir.

Enflasyon muhasebesi uygulamasında ortaya çıkan zarar aslında öz kaynakları eriterek geçmiş yıl kar ve zararları yükseltmektedir. Uygulamada konuyla ilgili bilgi eksikliği mevcut olup enflasyon zararı yükseltilmeye çalışılmaktadır. Söz konusu sözel ifadenin uygulama hali Şekil 4'te görselleştirilmiştir.



Şekil 4. *500- Sermaye Hesabı Enflasyon Düzeltme Hesaplama ve Yevmiye Kayıtları (Hileli Olan Endeks)*

Tablo 12. *Sermaye Hesabı Enflasyon Düzeltmesi (Hileli Endeks)*

698.500 ENFLASYON DÜZELTME HESABI- SERMAYE		442.230,00	
	502.99.698 SERMAYE ENFLASYON DÜZELTME FARKI		442.230,00

Tablo 13. *Sermaye Hesabı Yevmiye Kaydı (Hileli Endeks)*

580.01 ENFLASYON ZARARI		442.230,00	
	698.500 ENFLASYON DÜZELTME HS- SERMAYE		442.230,00

Şekil 4'te görülüğü üzere, enflasyon zararını yükseltmek adına ilgili endeks tutarı yerine hileli düzeltme katsayısı dikkate alınmış olup hileli endeks sonucu bilanço zararı 1.139.650,00 TL az gösterilmiştir. Bu tutar öz kaynaklarda artı etki yaratacağından dolayı ilerleyen dönemlerde vergi etkisini de olumlu yönde etkileyecektir.

Sonuç

İşletmelerde enflasyon muhasebesi uygulamalarında sabit kıymet ve sermaye hesabında olası hilelere ilişkin düzeltme katsayıları ve yevmiye kayıtları her iki uygulamada doğru endeks ve hileli endeks şeklinde ayrı ayrı ele alınmaya çalışılmıştır. Elde edilen bilgiler doğrultusunda;

1.nci uygulamada, üretim işletmesinin sadece 253-Tesis Makine ve Cihazları kalemi incelenmiştir. Bu hesap olası vergi etkilerinden korunabilmek için enflasyon katsayılarının işletme için vergi avantajı sağlayan yıl hangisi ise ona göre hileli endekse göre değerlemeye tabi tutulmuştur. İşletme daha az vergi ödeyebilmek adına eski tarihli olan yüksek endeks oranını dikkate alarak hesaplama yapmıştır. Enflasyon muhasebesinin işletmeler için sabit kıymet kalemlerinin 2024 ilk çeyrekte daha fazla amortisman ayırma imkânı sağlamasını da göz önünde bulundurarak 2021 ocak ayı endeksi baz alarak, 2024 ilk çeyrekte daha fazla amortisman gideri yazarak vergi yükünü azaltmıştır.

2.nci uygulamada ise al-sat işletmesinin sadece 500-Sermaye hesabı kalemi incelenmiştir. Sermaye hesabı öz kaynak kalemlerinin bir unsurudur. Sermaye hesabına ilişkin enflasyon düzeltmesinin etkisinin dönem zararını azaltıcı etkisine ve dolayısıyla öz kaynaklar grup içinde artırıcı etkisine göre hileli endeks kullanılmıştır. Böylece zarar ne kadar az gösterilirse öz kaynak grubu o kadar yüksek olup aktif toplam karşısında o kadar güçlü olacaktır.

Uygulamada işletmeler tarafından daha az vergi yükünün ödenmesi kapsamında muhasebe hileleri gerçekleşmektedir. Özellikle enflasyon muhasebesi uygulamalarında bu durumun göz ardı edilmemesi önem arz etmektedir. İşletmeler enflasyon muhasebesi uygulamasında düzeltme katsayısında vergi yükünü az çıkaran ve sermayede enflasyon zarar kalemini az zararla göstererek öz kaynakları güçlü duruma getiren endeksleri işleme alarak hesaplamalarda bulunmuşlardır. Dolayısıyla yanlış uygulanan düzeltme katsayıları gerçek verginin ortaya çıkmasını engellemekte ve devlet açısından önemli gelir kaybına yol açmaktadır. Bununla birlikte 2023 yılı bilerek yanlış katsayılar baz alınıp bilançoya aktarılmıştır. Söz konusu hilelerin önlenmesi kapsamında uygulama hakkında bilgi sahibi olunması gerekmektedir. Özellikle denetim işletmelerine önemli görevler düşmekte olup denetim işlemleri sırasında işletmeleri incelerken fatura tarihlerinin kayıtlara alınış tarihi ile uyumlu olup olmadığı, sermayelerin ise tescil ve ödeme tarihleri ile kayıtlara alınıp alınmadığına dikkat etmeleri gerekmektedir. Ayrıca, yanlış uygulanan düzeltme katsayıları finansal tablolarda parasal ve parasal olmayan varlık ve yükümlülüklerin gerçek değerini göstermemekte, söz konusu durum yatırımcı ve diğer paydaş grupların önemli kararlar almasında engel teşkil etmektedir.

Literatürde enflasyon muhasebesi ile ilgili sayısız çalışmalar mevcuttur. Söz konusu çalışmalar genel olarak enflasyon muhasebesinin finansal tablolara etkisi, enflasyon muhasebesinin işletme performansına etkisi, enflasyon muhasebesinin finansal oranlara etkisi, enflasyon ve vergi gelirleri ilişkisi, enflasyon muhasebesi ile ilgili meslek mensupların algı ve farkındalıkları gibi bazı çalışmalar sıralanabilir. Bu çalışma literatürdeki çalışmalarla benzerlik göstermekte olup çalışmada enflasyon muhasebesinde uygulanan düzeltme katsayılarının doğru ve yanlış kullanılması çalışmayı farklılaştırmaktadır. İlgili çalışmanın iki temel kısıtı bulunmakta olup enflasyon muhasebesi uygulamasında olası hilelerin işlendiği sabit kıymet ve sermaye kalemi örneklem alınarak elde edilen bilgiler sadece bu iki kalem için geçerlidir. Gelecek çalışmalarda aynı konunun diğer kalemler için uygulanması ve sektörler arası karşılaştırma yapılması ortaya çıkan vergisel kayıpların daha net ortaya konulması kapsamında literatüre katkı sağlayacaktır. Çalışma, araştırmacıların sonraki çalışmalarına öneri niteliği taşımaktadır.

Etik Beyan

"*Enflasyon Muhasebesi ve Muhasebe Hileleri*" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Inflation Accounting and Accounting Fraud*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Açık, S. (2006). Enflasyonun finansal tablolar üzerindeki etkilerini giderici bir tedbir olarak enflasyon muhasebesi ve Türkiye'deki yasal düzenlemeler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(2),* 345-360.

Agur, I., Capelle, D., Dell'Ariccia, G., & Sandri, D. (2022). Monetary finance: do not touch, or handle with care? Washington, DC, U.S.A.: *International Monetary Fund, Publication Services,* 1-47.

Akçay, S. (2024). Türkiye'de yeniden yüksek enflasyon nedeniyle enflasyon muhasebesi süreci ve bir uygulama. *Malatya Turgut Özal Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 5(1),* 104-123.

Akyol, M. (2023). Enflasyon ve enflasyon muhasebesi çerçevesinde bilançolara etkiye dair genel bakış. *Mali Çözüm, 33(175),* 279-290.

Al-Saadi, N. (2023). Russian-Ukrainian war's effects on the world economy. *Journal of Exploratory Studies in Law and Management, 10(1),* 8-21.

Amani, I., & Berrached, S. (2024). Determinants of perceived inflation in Algeria: an empirical study. *Consumer Behavior Review, 8(1),* e-257991.

Asab, N. A., & Al Tarawneh, A. (2020). Inflation thresholds and stock market development: evidence of the nonlinear nexus from an emerging economy. *International Journal of Financial Research, 11(1),* 447-461.

Ata İzmirli, F. (2023). Enflasyonun işletmelerin varlık ve finansal yapılarına etkisi: BİST 30 analizi. *Journal of Yasar University, 18(72),* 526-546.

Ayodeji, I. O. (2020). Panel logit regression analysis of the effects of corruption on inflation pattern in the Economic Community of West African states. *Heliyon, 6(12),* 1-10.

Bükey, A. M., & Kalkan, M. (2024). Unemployment-inflation relationship in Germany. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 27(1),* 106-118.

Coibion, O., Gorodnichenko, Y., & Weber, M. (2020). The cost of the COVID-19 crisis: lockdowns, macroeconomic expectations, and consumer spending. *CESifo Working Paper* No. 8292.

Cui, Y. (2024). Analysis of the impact of population aging on inflation. *Advances in Economics Management and Political Sciences 75(1),* 87-90.

Çevik, Z. (2023). Enflasyon düzeltmesinin finansal raporlamaya etkisi: Türkiye bağlamında bir inceleme. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar XVIII,* 207-223.

Demir, C., & Yıldız, A. (2022). Muhasebe hata ve hileleri ve hilelerin ortaya çıkarılmasında adli muhasebecilik mesleği. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 12 (1),* 91-141.

Doğan, Ö. (2023). Enflasyon muhasebesi ile ilgili yasal düzenlemelerin finansal raporlama çerçeveleri kapsamında karşılaştırılmalı değerlendirilmesi. *Malatya Turgut Özal Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(2),* 190-209.

Erdemir, N. K. (2010). Enflasyon muhasebesi uygulamalarında meydana gelen aksaklıklar ve çözüm önerileri. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksek Okulu Sosyal Bilimler Dergisi,* 53-68.

Erdoğan, Z. (2023). Türkiye'de kamu açığı, para yaratılması ve enflasyon sorununun değerlendirilmesi: 2010-2020. *Holistic Economics. 2(2),* 73-84.

Erer, D. (2023). Enflasyon ve enflasyon belirsizliği arasındaki zamanla değişen ilişkinin analizi: Türkiye örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, 24(1),* 255-272.

Feldkircher, M., & Siklos, P. L. (2019). Global inflation dynamics and inflation expectations. *International Review of Economics & Finance, (64),* 217-241.

Fergan, Ö. (2023). *Enflasyon düzeltmesi uygulamasının mülkiyet hakkı bakımından değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Gül, M., & Demir, Ö. (2022). Muhasebe hata ve hilelerinde farkındalık araştırması: Elazığ ili örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 32, (2),* 663-673.

Han, A., Pehlivan, C., & Konat, G. (2022). Covid-19 pandemi sürecinin Türkiye ekonomisine etkilerinin ampirik analizi. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi, 4(1),* 32-49.

Hermanda, R. M., Ayuningtyas, D. F., Puteh, K. M., Munandar, M. A., & Uddin, H. R. (2024). The relationship between inflation and political stability. *International Journal of Sustainable Applied Sciences, 2(3),* 199-206.

Hiçyorulmaz, E., & Akdoğan, H. (2023). Enfasyonun işletme finansal tabloları üzerindeki etkileri. *Journal of Management Theory and Practices Research, 4(2),* 114 -128.

Kantar, M. A., & Öndeş, T. (2022). Enflasyonun işletmelerin finansal faaliyetlerine ve finansal oranlarına etkisinin teorik çerçevesi. *Global Journal Of Economics And Business Studies, 11(21),* 39-47.

Kantar, M. A., Abar, H., & Öndeş, T. (2021). Enflasyonun işletmelerin finansal oranlarına etkisi: BIST imalat sektöründe bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi, (90),* 1-18.

Karagöl, V. (2023). Does inflation cause income inequality? evidence from OECD countries. *Uluslararası İzmir İktisat Kongresi.* İzmir, 17-18 Mayıs.

Karakaş, E., & Varıcı, İ. (2024). Hileli finansal raporlama ve finansal başarısızlık ilişkisinin muhasebe bilgi kalitesi açısından değerlendirilmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 26(1),* 121-141.

Kılıç, İ., & Önal, S. (2022). Finansal hilelerin tespit edilmesinde kullanılan veri madenciliği yöntemleri ve Borsa İstanbul'da bir uygulama. *Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi, (67),* 181-208.
Kıllı, M., & Kutlu, H. (2021). Muhasebe meslek mensuplarının muhasebe hata ve hileleri hakkında algı ve tutumlarının incelenmesi: Osmaniye ilinde bir araştırma. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5 (1),* 1-16.
Koçak, S., Karış, Ç., & Çil, D. (2022). Enflasyon, enflasyon oynaklığı ve vergi gelirleri arasındaki dinamik ilişkiler: Türkiye örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, (36),* 209-222.
Korkmaz, B. (2023). Batı Karadeniz illerindeki (Karabük, Bartın ve Zonguldak) muhasebe meslek mensuplarının muhasebe hata ve hilelerine yönelik algıları üzerine bir araştırma. *UNIKA Toplum ve Bilim Dergisi, 3(1),* 1-15.
Lazol, İ. (2000). *Mali analiz ile enflasyon muhasebesi uygulamaları.* Bursa: Ekin Kitabevi.
Li, C., Zhang, X., & He, J. (2023). Impact of climate change on inflation in 26 selected countries. *Sustainability, 15(7),* 1-22.
Lin, H. Y., & Chu, H. P. (2013). Are fiscal deficits inflationary?. *Journal of International Money and Finance, (32),* 214-233.
Liu, J., & Serletis, A. (2021). The complex relationship between inflation and equity returns. *Journal of Economic Studies, Emerald Group Publishing Limited, 49(1),* 159-184.
Martins U, E. (2024). Impact of inflation on work performance. *Research İnvention Journal of Current Research in Humanities and Social Sciences, 3(1),* 14-19.
Nwaonuma, N. D., & Ebubechima, U. (2023). Unemployment; inflation and economic growth: evidence from Nigeria. *African Journal of Politics and Administrative Studies AJPAS; 16(2),* 762-783.
Ojo, J. I., & Marcelus, N. A. (2021). Effects of accounting bases on financial reporting in Nigeria: the case of kaduna state. *International Journal of Business and Economics Research., 10(1),* 27-33.
Özcan, M., & Bilen, H. (2021). Muhasebe meslek mensuplarının muhasebe hilelerine yönelik algı farklılıkları. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi, 21(1),* 177-201.
Özçelik, H., Aracı, Ö., & Keskin, S. (2017). Muhasebe hata ve hileleri: meslek mensupları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(29),* 197-214.
Özçelik, M. K. (2018). Vergi kaçırma amaçlı muhasebe hileleri üzerine bir inceleme. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 20,* 493-517.
Saibu, O. M., & Olatunbosun, O. S. (2013). Macroeconomic determinants of tax revenue in Nigeria (1970-2011). *World Applied Sciences Journal, 28 (1),* 27-35.
Selimoğlu, R. (2023). Enfasyon muhasebesi başlıyor! 31.12.2023 tarihli bilançolarda enflasyon düzeltmesi yapılacak. https://www.muhasebetr.com/yazarlarimiz/recepselimoglu/048/, (Çevrimiçi), Erişim Tarihi: 10.02.2025
Sofro, A., Azzahro, I. R., Khikmah, K. N., & Nunkaw, O. (2024). Robust regression modelling for inflation factor in the Indonesian economy development. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 513, p. 01006). EDP Sciences.
Stylianou, T., Nasir, R., & Waqas, M. (2024). The relationship between money supply and inflation in Pakistan. *PLoS one 19(3),* e0301257.
Tayman, M., & Tekşen, Ö. (2019). Muhasebe denetiminde karşılaşılan hata ve hileler: Meslek mensupları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 24(3),* 455-477.
Uslu, M. C., & Özbay, D. (2020). Vergi mevzuatı çerçevesinde muhasebe hata ve hilelerine bakış: muhasebe meslek mensuplarına yönelik bir araştırma. *Muhasebe Enstitüsü Dergisi, (63),* 21-32.
Varol, N. (2022). Inflation accounting in terms of tax legislation and accounting standards in Turkey. *Muhasebe ve Finansman Dergisi, (93),* 19-30.
Wali, K., Darwish, B. K., & Velasco, R. (2024). Inflation adjustments of financial statements: Implication to price index and performance. *International Journal of Academe and Industry Research, 5(1),* 22-42.
Yenisu, E. (2022). Enflasyonun finansal tablolara etkisi ve enflasyon muhasebesi. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi. 14(27),* 717-741.
Yılmaz, İ. (2023). Finansal tablo kullanıcıları açısından enflasyon muhasebesinin önemi: BİST enerji sektörü üzerine örnek bir uygulama. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 25(45),* 930-944.
Yurt, R., & Temelli, F. (2022). Muhasebe meslek mensuplarının muhasebede hata ve hile algısı: Ağrı ili örneği. *Denetim ve Güvence Hizmetleri Dergisi 2(2),* 135-150.
Zamel, A. M., Behery, A. H., & Hefny, D. A. (2020). Limitations of historical cost accounting information under inflationary conditions: a theoretical study. *Business Research Journal, 42(4),* 3-22.
Zhu, P., Zhou, Q., & Zhang, Y. (2024). Investor attention and consumer price index inflation rate: evidence from the United States. *Humanities and Social Sciences Communications 11(1),* 1-12.

EXTENDED ABSTRACT

The aim of the study is to identify accounting frauds in inflation accounting practice in production and buy-sell businesses. In order to reveal the importance of the subject, "Plant, machinery and equipment" and "accumulated depreciation" items in production enterprises and "Capital" item in buy-sell enterprises were taken as a sample. Possible accounting frauds in inflation accounting applied for these two items are shown in the form of records and tax losses are tried to be interpreted. Frauds, which have become increasingly widespread and unpreventable in businesses, have led to serious tax losses and the reliability of financial

statements has become questionable. Especially with the reintroduction of inflation accounting, this situation has raised concerns even more. Businesses have to apply inflation accounting in order to reduce their financial statements to the real value. In inflation accounting, the increase in monetary assets and non-monetary resources leads to the emergence of fictitious profits and therefore to overpayment of taxes. In order to eliminate the aforementioned situation, inflation increases accounting frauds in accounting practice. The main purpose of the study is to reveal the accounting frauds in the inflation accounting practices, in other words, the non-application of the recommended provisions in the inflation accounting practices. Within the scope of the application, production and buy-sell businesses are considered. 253. Plant, Machinery and Equipment, 257. Accumulated depreciation in the production enterprise and 500- Capital item in the buy-sell enterprise are taken as sample. In the balance sheet of ABC production enterprise, the cost of the machine purchased on 01.01.2022 is 120.000,00 TL and the accumulated depreciation is 24.000,00 TL. The purchase date of the machine is 01.01.2022 in the invoice and recorded as such. Within the scope of inflation accounting of the said machine, while the 2022 / January index should be taken as 2,58188, the 2021 / January index of 4,99678 was taken in order to calculate the depreciation expense and the price higher, and the year 2023 was calculated and closed according to this index. In the provisional tax period of 2024/1st period, a higher depreciation expense was calculated by allocating depreciation from the value calculated according to the 2021/January index and reflected positively on the tax effect. The tax amount resulting from the use of this correct and incorrect index is as follows; Within the scope of the correct index, the value of the machine in the balance sheet on 31.12.2023 is 309.825,60 TL and normal depreciation will be allocated over this value in 2024/1st period. 2024/1st Period Depreciation Expense =309.825,6*0,2/4 =15.491,28. The balance of the 500-Capital account in the balance sheet of ABC buy-sell business on 31.12.2023 is 1.000.000,00 TL. The payment of the entire capital and the registration date is 01.01.2022. Within the scope of inflation accounting, the 2022/01 index of the capital account adjustment coefficient is 2.58188 and should have been taken into the accounts in line with this index, while the 2022/12 period index of 1.44223 was taken and its effect on the balance sheet was evaluated. In order to increase the inflation loss, the fraudulent adjustment coefficient was taken into account instead of the relevant index amount and the balance sheet loss was understated by TL 1.139.650,00 as a result of the fraudulent index. Since this amount will have a positive effect on equity, it will also positively affect the tax effect in the future periods. Conclusion; In the 1st application, only item 253- Plant, Machinery and Equipment of the production enterprise was analyzed. This account was subjected to valuation according to the fraudulent index according to the year in which the inflation coefficients provide tax advantage for the enterprise in order to avoid possible tax effects. In order to pay less tax, the entity has made a calculation by taking into account the higher index rate with an older date. Considering the fact that inflation accounting provides businesses with the opportunity to allocate more depreciation of fixed asset items in the first quarter of 2024, it has reduced its tax burden by writing more depreciation expense in the first quarter of 2024, based on the January 2021 index. In the 2nd application, only the 500-Capital account item of the buy-sell business was analyzed. Capital account is an element of equity items. A fraudulent index was used according to the effect of the inflation adjustment on the capital account, which increases the loss for the period and therefore decreases the equity group. Thus, the lower the loss is shown, the higher the equity group will be and the stronger it will be against total assets. In practice, accounting frauds are realized by businesses within the scope of paying less tax burden. It is important not to ignore this situation, especially in inflation accounting practices. In the inflation accounting practice, the enterprises made calculations by processing the indices that reduce the tax burden in the adjustment coefficient in the inflation accounting practice and make the equity strong by showing the inflation loss item in the capital with less loss. However, the year 2023 was deliberately transferred to the balance sheet based on the wrong coefficients. In order to prevent these frauds, it is necessary to have information about the application. In particular, audit firms have important duties and they should pay attention to whether the invoice dates are in line with the recording date and whether the capital is recorded with the registration and payment dates during the audit procedures.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

The Role of Product Placement in Digital Marketing: Insights from World Cinema and Turkish Films

Bora GÜNDÜZYELİ [1] &, Furkan Enes İPEK [2]

Abstract
In today's world, product placement is a marketing method used to increase brand visibility on platforms such as television, film, and digital media. Unlike traditional advertisements, it does not directly address the consumer and is usually integrated naturally within a story or content. This method aims to offer a more organic advertising format, allowing brands to reach their target audiences more effectively. In addition to increasing brand visibility on platforms like television and digital media, product placement is becoming more widespread, especially in the film industry, thereby enhancing its potential to shape the digital marketing landscape. The purpose of this study is to examine the use of product placement in both Hollywood and Turkish cinema in the context of consumer retention and to analyze its role and importance in increasing brand visibility. The scope of the research is limited to films selected from a specific period in both Hollywood and Turkish cinema. A comprehensive literature review was conducted within the PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) framework to provide the theoretical background of the subject. Then, examples of product placement for advertising purposes in the selected films were analyzed using a qualitative research method. The findings from the research reveal that product placement in the films examined is an effective element of advertising strategy. This research contributes to the field by exploring the role of product placement as an advertising strategy in Hollywood and Turkish cinema, demonstrating its impact on brand visibility, and its influence on modern digital marketing practices.

Keywords: Digital Marketing, Product Placement, World Cinema, Brand, Advertising Strategies

Dijital Pazarlamada Ürün Yerleştirmenin Rolü: Dünya Sineması ve Türk Filmlerinden Görüşler

Öz
Günümüz dünyasında, ürün yerleştirme, televizyon, sinema ve dijital medya gibi platformlarda marka görünürlüğünü artırmak için kullanılan bir pazarlama yöntemidir. Geleneksel reklamlardan farklı olarak, doğrudan tüketiciye hitap etmez ve genellikle bir hikâye veya içerik içinde doğal bir şekilde sunulur. Bu yöntem, markaların hedef kitlelerine daha etkili bir şekilde ulaşmasını sağlayan doğal ve organik bir reklam formatı sunmayı amaçlar. Televizyon ve dijital medya gibi platformlarda marka görünürlüğünü artırmanın yanı sıra, ürün yerleştirme özellikle sinema endüstrisinde daha yaygın hale gelmekte ve böylece dijital pazarlama dünyasını şekillendirme potansiyelini artırmaktadır. Bu çalışmanın amacı, ürün yerleştirmenin Hollywood ve Türk sinemasındaki kullanımını, tüketici bağlılığı bağlamında incelemek ve bu bağlamda ürün yerleştirmenin marka görünürlüğünü artırmadaki rolünü ve önemini analiz etmektir. Araştırmanın kapsamı, Hollywood ve Türk sinemasındaki belirli bir dönemden seçilen filmlerle sınırlıdır. Çalışmada, konunun teorik arka planını sunmak amacıyla PRISMA (Tercih Edilen Sistematik İncelemeler ve Meta-Analizler İçin Raporlama Öğeleri) çerçevesinde kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Ardından, seçilen filmlerdeki reklam amaçlı ürün yerleştirme örnekleri, nitel bir araştırma yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, incelenen filmlerdeki ürün yerleştirme uygulamalarının etkili bir reklam stratejisi unsuru olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır. Bu araştırma, Hollywood ve Türk sinemasındaki ürün yerleştirmenin bir reklam stratejisi olarak rolünü keşfederek, marka görünürlüğü üzerindeki etkisini ve modern dijital pazarlama uygulamaları üzerindeki etkisini göstermesiyle alana katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Pazarlama, Ürün Yerleştirme, Dünya Sineması, Marka, Reklam Stratejileri

Atıf İçin / Please Cite As:
Gündüzyeli, B., & İpek, F. E. (2025). The role of product placement in digital marketing: ınsights from world cinema and Turkish films. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1236-1252. doi:10.33206/mjss.1590365
Geliş Tarihi / Received Date: 22.11.2024 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 26.03.2025

[1] Dr.Öğretim Üyesi – İstanbul Topkapı Üniversitesi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, boragunduzyeli@topkapi.edu.tr,
ORCID: 0000-0001-5098-8713
[2] Yüksek Lisans- İstanbul Topkapı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, furkanenesipek@hotmail.com,
ORCID: 0009-0008-2319-1117

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Introduction

Product placement, the strategic inclusion of brand-name products in movies, has become a key yet often controversial advertising strategy in Hollywood (Weisberg, 1985). Since the emergence of advertising, various methods have been implemented and studied for their effects on consumers, with the decline in interest in traditional ads prompting the development of alternatives like subliminal advertising and product placement (Bozkurt, 2024). In this context, the role of product placement in digital marketing, particularly in cinema, has become increasingly significant, offering brands a way to reach audiences in a subtle, non-disruptive manner while seamlessly blending into the narrative of films and television shows. Defined as the paid integration of product messages into films or TV shows (Balasubramanian, 1994), it has gained popularity as traditional ads lose effectiveness due to oversaturation and ad-blocking technology (Guo et al., 2019). According to the Global Product Placement Forecast, while the pandemic caused a slight dip in 2020, the market rebounded with strong growth in 2021 and 2022, continuing to rise in 2023 (PQ Media, 2024), as shown in Figure 1. In 2023, television still dominates product placement, accounting for 70.1% of the total, but digital media is rapidly growing, increasing by 15.1%. This shift underscores the growing role of product placement in modern advertising, offering a more impactful way to engage consumers amid the decline of traditional ads.

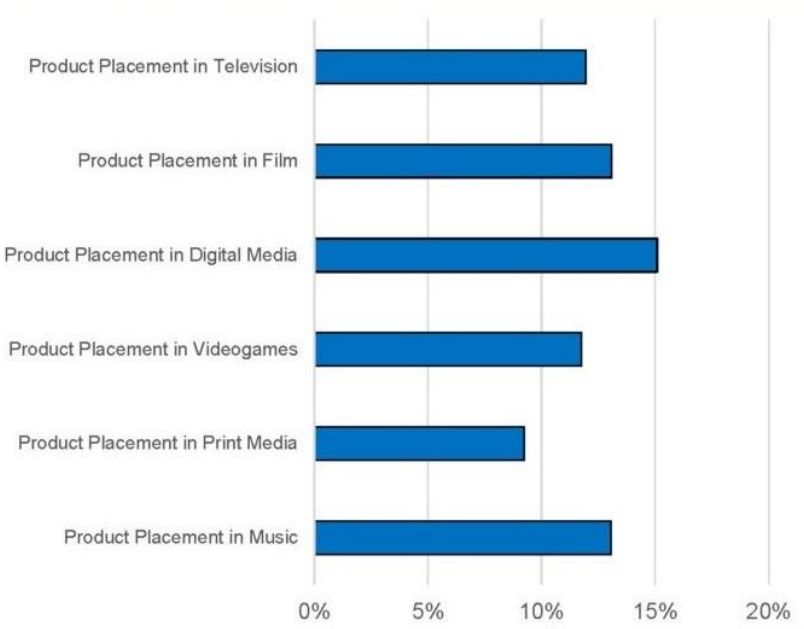


Figure 1. *Global Product Placement Growth (PQ Media, 2024)*

This research aims to contribute to the fields of film and marketing by systematically analyzing the intersection of product placement and digital marketing strategies in cinema. In this context, the study examines product placements in various Hollywood productions, including *Mission: Impossible 3*, *Blood Diamond*, *The Departed*, *Casino Royale*, *Basic Instinct 2*, *Escape from Poseidon*, *Deja Vu*, *The Da Vinci Code*, as well as in Turkish films such as *The Magician*, *The Masked Thieves: Iraq*, *Pars: Cherry Operation*, *The Little Apocalypse*, *The Son of the Man Who Saved the World*, and *The Exam*. The research focuses on a limited number of films from a specific period.

The first section of the study presents the "Introduction", followed by an investigation of "Materials and Methods." The findings obtained in the scope of the research are included in the "Results" section, followed by the "Discussion" section, where the results are analyzed and interpreted. Finally, the study concludes with the "Conclusion" section, summarizing the key findings and their implications.

Materials and Methods

In this study, a comprehensive literature review was first conducted within the framework of PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) to establish the theoretical background of the topic (Page, 2021). The review was based on multiple academic databases, including Google Scholar, Scopus, and ScienceDirect, and focused on peer-reviewed journal articles published between January 2000 and December 2024 to capture the most recent research. Only articles

published in English were considered, and the search specifically targeted journal and review articles. The keywords used were "Product Placement," "Cinema," and "Digital Marketing," with a focus on these terms in the TITLE-ABS-KEY fields. This search returned 618 articles from Google Scholar, 4 articles from ScienceDirect, and 1 article from Scopus. The selection process was thorough to ensure that the included articles were relevant and of high quality. Initially, articles were assessed based on their titles and abstracts, followed by full-text reviews to evaluate their methodological rigor and contributions to understanding the relationship between product placement, cinema, and digital marketing. Articles in languages other than English or those with repetitive or vague definitions of resilience were excluded. Only articles with full-text access were retained to ensure the inclusion of relevant empirical or theoretical data. After filtering, the final dataset consisted of 30 carefully selected articles.

Following this literature review, the study focused on analyzing product placement practices in films from both Hollywood and Turkish cinema. A sample of films from a specific time period was selected, with particular emphasis on how product placements are used as promotional tools within the context of each film's narrative and marketing strategies. A qualitative research method was employed to analyze product placement scenes in the selected movies through visual and actor-based analysis. Additionally, a quantitative content analysis was conducted by counting the placement scenes in the films. All of these processes were completed in December 2024. The article selection process is summarized in Figure 2.

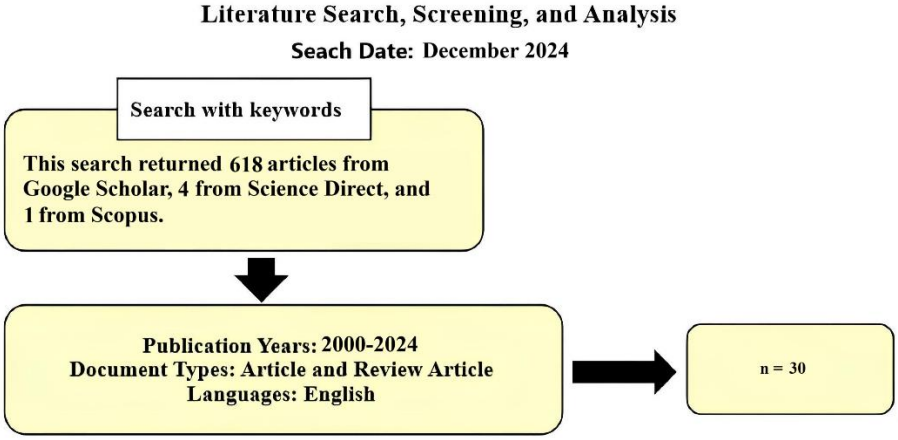


Figure 2. *Literature search, screening, and analysis processes*

The Rise of Product Placement for Advertising Purposes in the World of Cinema

The history of cinema is marked by technological advancements in the recording and projection of moving images, beginning in the mid-19th century (Gutnik et al., 2007). Cinema incorporates key elements such as images, sound, screenplay, and acting, which together create engaging narratives that entertain, provoke thought, and express artistic creativity (Badiou, 2013; Moser et al., 2004). It allows for powerful emotional connections, cultural expression, and product promotion but also faces challenges related to time, cost, and audience preferences (You, 2004). Advertising, which dates back to ancient Egypt and Rome, has evolved significantly with the advent of radio, television, and digital platforms (Charlesworth & Glantz, 2005). Today, advertising plays a crucial role in brand marketing, sales, and social influence, while also facing issues like ad fatigue and consumer avoidance (Anderson, 2006). The rise of digital media has revolutionized advertising, allowing for more targeted and personalized content (Moser et al., 2004).

Product placement, a strategy in which products are integrated into films, became more prevalent in the 20th century as Hollywood studios sought new revenue streams (Hornick, 2006). Its goal is to increase brand awareness, build brand image, and influence consumer behavior (Bellin, 2003; Galician, 2004). Today, product placement is widely used across various media, including films, TV shows, and video games (Lozano, 2005), with brands being integrated in four main ways: through paid agreements, narrative fit, independent agencies, or producer-driven placements (Van Rejimersdal et al., 2009). According to Zhang (2024), in the 2015 science fiction action film Jurassic World, directed by Colin Trevorrow, product placement is subtly but effectively utilized. Zhang explains that Coca-Cola is featured throughout the film, with characters drinking from branded cups and bottles, and the logo displayed at various locations within the park, thereby associating the brand with the park's commercialized environment. Additionally, Mercedes-Benz vehicles are prominently showcased, with luxury SUVs used by both park staff and

visitors. The seamless integration of these vehicles enhances the film's realism and provides natural, non-intrusive brand exposure. Zhang suggests that this strategy allowed both brands to gain extensive visibility, especially given the film's massive global success, aligning the products with the excitement and adventure of the film. This example highlights the growing significance of product placement as a strategic tool in modern cinema, demonstrating how brands increasingly align themselves with popular media content to enhance visibility and audience engagement. In a study conducted by Puspanathan et al. (2024), the role of product placement in mediating the relationship between brand recall, plot integration, audio and visual stimuli, and consumer purchase intentions was examined, focusing on how it affects the purchase intentions of multi-ethnic Malaysian moviegoers. The research found that brand recall was influential across all ethnic groups in Peninsular Malaysia. These findings highlight the power of product placement in influencing purchase intentions among different ethnic groups and emphasize the interaction between brand recall and various stimuli, making product placement an important strategy for enhancing its effectiveness in cinema. In their research, Taiwo et al. (2024) state that while product placement in the movie *Namaste Wahala* is noticed by Nigerian undergraduates, it has little effect on brand recall, brand perception, or purchasing decisions, indicating that Nigerian movie producers need to improve their product placement strategies. This suggests that effective product placement in cinema requires a more integrated and subtle approach to influence consumer behavior and enhance brand recognition. Types of product placement include visual, auditory, character association, narrative integration, and celebrity collaboration (Karrh, 1998; La Ferle, 2006). While product placement offers advantages like increased visibility and emotional connections, it can also backfire if poorly executed, causing viewer distraction or negative brand perceptions (Russell, 2002). Social media provides a platform for brands to engage directly with audiences, further enhancing the reach and impact of product placements (Ayers, 2002).

Results

Product Placement in Hollywood Cinema

This section examines product placements in various Hollywood productions, including *Mission: Impossible 3*, *Blood Diamond*, *The Departed*, *Casino Royale*, *Basic Instinct 2*, *Escape from Poseidon*, *Deja Vu*, and *The Da Vinci Code*, particularly from the perspective of advertising strategies

Mission: Impossible 3

Figure 3 showcases various product placements in *Mission: Impossible 3*, highlighting the film's advertising strategy. Mercedes appears multiple times, with a DHL-branded van and a close-up of the Mercedes logo in two scenes (Figures 3.a and 3.b), totaling 14 seconds over six scenes. A Lamborghini, featured for 47 seconds in five scenes, is the most prominently placed brand (Figure 3.c). The film also integrates Land Rover, with 38 seconds of screen time and 16 appearances (Figure 3.d), and showcases Lincoln Navigator SUVs. Dodge and Acura appear briefly, with Dodge's logo featured three times and Acura once, totaling just a few seconds each. 7-Eleven is featured both visually and verbally, with a mention of its Slurpee drink, solidifying its brand placement. Kodak appears five times for 26 seconds (Figure 3.f), and DHL is featured three times for 46 seconds (Figure 3.g), also playing key roles in the film's advertising. Lastly, Philips computers are shown in the Vatican Security Center for a total of 22 seconds (Figure 3.h), further emphasizing the film's advertising strategy.

(a) *Mercedes Minibus*

(b) *Mercedes Minibus*

(c) *Lamborghini*

(d) *Land Rover*

(e) *7-Eleven and Acura*

(f) *Kodak*

(g) *DHL*

(h) *Philips*

Figure 3. *Product Placement Scenes in "Mission Impossible 3" (Source: Taken from the film on September 4, 2023.)*

Blood Diamond

Figure 4 highlights product placements in *Blood Diamond*. Jack Daniel's whiskey appears three times for a total of 8 seconds, with both visual and actor-based placements (Figures 4.a and 4.b). Range Rover is shown once for 20 seconds as characters drive the car (Figure 4.c). Nikon cameras are featured twice for 2 seconds, with the brand clearly visible (Figure 4.d). Additionally, Leonardo DiCaprio's character, Danny Archer, smokes 47 times throughout the film, totaling 296 seconds.

(a) *Jack Daniels*

(b) *Jack Daniels*

(c) *Range Rover*

(d) *Nicon*

Figure 4. *Product Placement Scenes in "Blood Diamond" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

The Departed

Figure 5 showcases advertising-driven product placements in *The Departed*. Dell laptops and desktops dominate the police desks, appearing 20 times for a total of 50 seconds, making it the most visible brand (Figures 5.a and 5.b). Motorola, Samsung, and Sprint phones feature prominently, with close-ups highlighting their logos (Figures 5.c and 5.d). Mountain Dew, Budweiser, Coca-Cola, Sprite, and Halls are naturally integrated into the scenes, with Coca-Cola and Sprite appearing for a total of 7 seconds (Figures 5.i and 5.j). Other placements include Wonder Bread, McIntosh, Adidas, Panasonic, Becks, Heineken, and Marlboro (Figures 5.k, 5.l, 5.m, and 5.n).

(a) *Dell*

(b) *Dell*

(c) *Samsung*

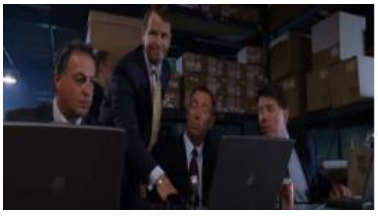
(d) *Sprint*

(e) *Motorola-1*

(f) *Motorola-2*

(g) *Mountain Dew*

(h) *Budweiser*



(i) *CocaCola*

(j) *Sprite*

(k) *Halls*

(l) *Wonder Bread*

(m) *McIntosh*

(n) *Adidas*

Figure 5. *Product Placement Scenes in "The Departed" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

Casino Royale

Figure 6 highlights product placements in Casino Royale, where key brands like Sony, Aston Martin, Omega, and Ford are prominently featured. Sony Vaio laptops, plasma TVs, and CDs are seamlessly integrated throughout the film (Figures 6.a and 6.b), while Sony Ericsson phones appear for 56 seconds across 17 scenes (Figures 6.c, 6.d, and 6.e). Omega watches replace Rolex, with both brands mentioned in dialogue. The iconic Aston Martin features for 30 seconds of screen time, and Ford and Range Rover also make notable appearances. Heineken and Smirnoff are subtly placed, with Heineken appearing in one scene, and Smirnoff as part of a creative placement. The product placements are mostly visual and character-driven, with mobile phones, cars, and laptops being the most frequent items, effectively promoting these brands throughout the film (Figures 6.f, 6.g, 6.h, 6.i, 6.j, 6.k, 6.l).

(a) *Sony Plasma TV*

(b) *Sony Vaio Laptops*

(c) *Sony Ericsson*

(d) *Sony Ericsson*

(e) *Sony Ericsson*

(f) *Aston Martin*

(g) *Aston Martin*

(h) *Ford*

(i) *Range Rover*

(j) *Sony*

(k) *Heineken*

(l) *Smirnoff*

Figure 6. *Product Placement Scenes in "Casino Royale" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

Basic Instinct 2

In *Basic Instinct 2*, the C8 Laviolette is the standout product placement, featured prominently in the opening scene. It is both visually displayed and mentioned in dialogue when Catherine Trammell discusses the car's features during an interrogation. The car appears 20 times for a total of 44 seconds, though its brand name is not shown.

Escape from Poseidon

In Escape from Poseidon, the key product placement is a close-up of a Nokia phone when Richard Nelson sends a message, appearing for 3 seconds (Figure 7).

Figure 7. *Nokia in "Escape from Poseidon" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

Déjà Vu

In Déjà Vu, several brands are prominently featured, including HP, Ford, Chevrolet, Pepsi, Mountain Dew, and Red Bull. Ford plays a key role, with its vehicles integrated into critical scenes and mentioned in dialogue, such as Claire's stolen Ford Bronco. Pepsi is subtly placed, appearing in the background on desks and in vending machines, while Diet Pepsi is visible during a phone conversation. Mountain Dew and Red Bull also appear naturally, with Mountain Dew showcased for 3 seconds and Red Bull consumed

by a character. The placements are integrated smoothly, ensuring a subtle yet effective advertising presence (Figure 8).

(a) *Chevrolet*

(b) *Chevrolet*

(c) *Ford*

(d) *Ford*

(e) *Pepsi*

(f) *Pepsi*

(g) *Pepsi*

(h) *Pepsi*

(i) *Mountain Dew*

(j) *Mountain Dew*

(k) *Redbull*

(l) *Redbull*

Figure 8. *Product Placement Scenes in "Déjà Vu" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

The Da Vinci Code

In *The Da Vinci Code*, key product placements include the Ritz Hotel, Bosch, and prominent automotive brands like Smart, Mercedes, and Renault. The Smart car, used by Sophie and Robert during their escape from the Louvre, is featured in 11 scenes over 15 seconds, showcasing its agility and compact design. This aligns with Sophie's character and is naturally integrated into the film. Mercedes and Renault also appear, with logos visible in key scenes, enhancing brand recognition. Sony, a major sponsor, subtly displays its products, including Sony Ericsson phones, plasma TVs, and security systems (Figure 9).

(a) *Ritz Hotel* **(b)** *Bosch*

(c) *Smart* **(d)** *Mercedes*

(e) *Sony Ericsson* **(f)** *Sony TV*

(g) *Sony* **(h)** *Sony TV*

Figure 9. *Product Placement Scenes in "The Da Vinci Code" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

Product Placement in Turkish Cinema

This section examines product placements in various Turkish productions, including *The Magician*, *The Masked Thieves: Iraq*, *Pars: Cherry Operation*, *The Little Apocalypse*, *The Son of the Man Who Saved the World*, and *The Exam*.

The Magician

Directed and written by Cem Yılmaz, *The Magician* reached 1,698,999 viewers and follows the journey of magicians İskender and Orhan, who, along with their father, embark on a tour (Celep & Topaloğlu, 2018). The film offers an entertaining and thought-provoking exploration of the interaction between magic and family dynamics. In Figure 10, several product placements from The Magician are highlighted.

Opet employs a natural placement strategy, showing a fuel tanker for only 3 seconds (Figure 10.a), while Orhan's Adidas tracksuit creates a strong connection between football and the Maradona brand (Figure 10.b).

(a) *Opet* **(b)** *Adidas*

Figure 10. *Product Placement Scenes in "The Magician" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

The Masked Thieves: Iraq

Murat Aslan's film centers on a group of masked operatives who, believing that the Turks' oil rights in Northern Iraq are being seized, launch an operation on an oil refinery (Fetvacı, 2008). Figure 11 highlights product placements in The Masked Thieves: Iraq. Car brands such as Mercedes, BMW, Lincoln, and Hummer appear, with Coca-Cola being the most prominent example of product placement. BMW and Mercedes are briefly shown transporting U.S. and Turkish officials to Northern Iraq, but their logos are not shown up close, appearing only for a total of one second. A Hummer is featured twice for 13 seconds as it transports delegations to a U.S. military base (Figure 11.a), while Lincoln appears briefly for two seconds in a scene at a local shop (Figure 11.b). Coca-Cola is the most frequently shown brand, consumed by both the masked operatives and U.S. soldiers, and is also placed in a wooden crate sent by the U.S. military to the operatives (Figure 11.c). It appears a total of nine times for 43 seconds, effectively enhancing the visual narrative (Figure 11.d). This strategic product placement heightens the film's impact on viewers.

(a) *Hummer* **(b)** *Lincoln*

(c) *Hummer* **(d)** *Hummer*

Figure 11. *Product Placement Scenes in " The Masked Thieves: Iraq" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

Pars: Cherry Operation

Pars: Cherry Operation, directed by Osman Sınav, tackles the drug problem in schools and the battle between drug lords and narcotics police. With 379,324 viewers, the film shows strong audience interest. Figure 12 highlights product placements in the film. Renault cars are used by plainclothes officers during drug operations, appearing 14 times for a total of 34 seconds (Figure 12.a), with the logo visible. Dutch police in Amsterdam use Peugeot and Volkswagen, with Peugeot shown once for 2 seconds and

Volkswagen twice for 3 seconds, both with noticeable logos. The GMC SUV used by drug lord Hashasi is featured once for 3 seconds, with the logo in close-up (Figure 12.b). These product placements, combined with the film's themes and character dynamics, create a visually impactful experience for the audience.

(a) *Renault* **(b)** *GMC*

Figure 12. *Product Placement Scenes in "Pars: Cherry Operation" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

The Little Apocalypse

The Little Apocalypse, directed by Yağmur and Durul Taylan, explores the trauma and earthquake fear experienced by Bilge, who loses her mother in the 1999 Istanbul earthquake. After an earthquake strikes while Bilge and her family are on vacation, they decide to leave Istanbul for Fethiye, where they encounter mysterious events. Released in 2006, the film attracted 382,314 viewers and ranks among the top 10 Turkish films. It is also one of the rare horror films in Turkish cinema. The most prominent product placement is Toyota, with the family traveling in a Toyota SUV (Figure 13). The Toyota logo appears 5 times over 51 seconds, drawing attention. Additionally, the lead character is shown smoking Marlboro Light for 17 seconds. These placements reinforce the film's themes and enhance its visual impact, drawing the audience's attention.

Figure 13. *Product Placement Scenes in "The Little Apocalypse" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

The Son of the Man Who Saved the World

The Son of the Man Who Saved the World, the sequel to the cult classic, stars Cüneyt Arkın and is directed by Kartal Tibet, with a script by Murat Boyacıoğlu. The story follows Kartal's search for his lost colleague, Gökmen, in space, which leads him and his team to the planet Lunatica. There, he embarks on a quest to find both Gökmen and his missing twin, Şahin. With 450,209 viewers, the film's popularity is evident. The only brand featured is Philips, which plays a significant role both visually and in product usage (Figure 14.a, 14.b). Philips products, such as televisions on the Turkish spaceship and a character using a Philips mobile phone to call his wife, appear in key scenes, totaling 9 seconds across 4 appearances.

(a) *Philips* **(b)** *Philips*

Figure 14. *Product Placement Scenes in "The Son of the Man Who Saved the World" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

The Exam

Directed by Ömer Faruk Sorak, the film explores the intense pressures faced by Turkish youth due to family expectations and concerns about their future. The film follows students Mert, Sinan, Gamze, Kaan, and Uluç as they attempt to cheat on exams to improve their grades, eventually escalating to stealing university entrance exam questions. With 1,145,014 viewers, the film resonates with audiences who relate to the stress and pressure these young characters experience. The film's main sponsor, Turkcell, is prominently featured both visually and verbally, with the logo appearing in scenes where students communicate via cell phones and when they contact their teacher (Figure 15.a). Turkcell and Gnctrkcll appear a total of six times, for a total of eight seconds (Figure 15.b). Capitol Shopping Center appears in a scene where Mert follows his teacher, with several scenes filmed at the mall (Figure 15.c). D&R is shown in the background during a shopping scene with the teacher and her grandson, where the logo is visible and a D&R bag is held (Figure 15.d). Additionally, Home Store, where Mert works, is featured for a total of 11 seconds (Figures 15.e and 15.f). Sınav effectively portrays the social pressures facing youth, while product placements like Turkcell, Capitol Shopping Center, D&R, and Home Store enhance the film's realism and highlight the consumer culture in young people's lives.

(a) *Turkcell* **(b)** *Gnctrkcll*

(c) *Capitol* **(d)** *D&R*

(e) *Home Store* **(f)** *Home Store*

Figure 15. *Product Placement Scenes in "The Exam" (Source: Taken from the film on September 6, 2023.)*

Discussion

It is unknown whether the Lumière brothers, who introduced cinema to the world in 1895 as an art form (Telek, 2022), foresaw that it would become both a powerful propaganda tool capable of captivating the public and an indispensable part of the advertising industry. However, the findings from the films examined in this study reveal that the cinema industry, in the context of product placement, is one of the most influential sectors with the power to reach audiences today. The results of the study show that cinema serves as an effective platform for increasing brand visibility. The films examined demonstrate that brand placement in cinema contributes to the narrative and strengthens the relationship between the audience and the brand.

The widespread use of product placement in the films examined also indicates that AI and interactive advertising will play an increasingly important role in the future of digital marketing. The results show that product placement has become a powerful advertising tool for interaction not only in traditional media formats but also on digital platforms. In addition to its promotional benefits, product placement can also play a critical role in reducing production costs, which is particularly valuable in the high-budget film industry. By integrating brands into films, filmmakers can offset some of the financial burdens of production, making it a cost-effective strategy for both parties. The financial support provided by product placement can help lower production expenses, allowing filmmakers to allocate resources to other areas of the project, such as special effects or talent fees.

Considering that movie and TV program viewers interact intensively with social media and digital content platforms, it is clear that product placement in films can reach viewers in a more natural and integrated way, thus increasing advertising effectiveness. The product placement strategies used in the films examined within the scope of the research enable brands to reach wider audiences through digital advertising media and increase brand recall. Promotions, especially through digital media tools and social networks, offer a much more direct form of interaction compared to traditional media advertisements.

In this context, the 1984 film Top Gun, starring Tom Cruise, can be considered a noteworthy example of how product placement impacts brand perception. The film is believed to have had the potential to positively influence the sales of Ray-Ban sunglasses. This example serves as a compelling demonstration of how product placement in cinema can help a brand increase sale and improve its market position. The integration of Ray-Ban sunglasses into the film highlights how product placement can affect both consumer behavior and a brand's market standing. Additionally, this case underscores how product placement can enhance brand visibility and foster an emotional connection between the audience and the brand. Furthermore, it could be argued that product placement in films like Top Gun has the potential to elevate a brand to cultural icon status, in addition to boosting sales.

In the examined films, it is evident that product placement is more frequently used in Hollywood films. The film Déjà Vu serves as an example. While the Ford brand automobile plays an important role in the film, brands such as Chevrolet, Pepsi, Mountain Dew, Red Bull, and HP also hold significant positions within their respective sectors. Another notable feature in Hollywood films is the brand continuity message, where a product featured in a previous scene reappears in a later one. Halls, Coca-Cola, and Wonder Bread in the film The Departed are examples of such placements. Additionally, brands often make product placements in films set in the future, conveying the message that the brand will continue to exist. Furthermore, it can be said that the Philips brand used in The Son of the Man Who Saved the World reflects a similar brand continuity theme in Turkish cinema.

It is a common practice in the film industry for brands to place their products in films set in the future. Many global brands engage in such product placements to create the impression that their products will continue to exist. Examples include McDonald's in The Fifth Element, Pepsi in the Back to the Future series, and Converse and Audi in I, Robot. Similarly, in The Man Who Saved the World, the television on the spaceship is from the Philips brand, and one of the actors uses a mobile phone from the same brand.

In the films examined, many product placement companies promote their new products by featuring them in movies. For instance, Sony Ericsson mobile phones appear in The Da Vinci Code and Casino Royale, while new Ford Mondeo and Aston Martin models are showcased in Casino Royale. In this way, product placement provides companies with an opportunity to promote products that are about to be released to the market. Looking at Turkish cinema, it is clear that product placement practices are not yet fully established and remain at a lower level. The predominance of foreign brands in Turkish films indicates that product placement has not yet become a preferred advertising method for domestic brands. Hollywood films have a higher market share in cinemas compared to films from other countries. Furthermore, a significant portion of the ever-increasing film production budgets can be covered by revenue from product placement. Product placement, a profitable practice for both producers and companies, occupies an important role in both the film and advertising industries.

Conclusions

This study examines the evolving role of product placement as a strategic advertising tool in global cinema and Turkish films, particularly in the context of digital marketing. The findings demonstrate that

product placement has become an integral part of modern advertising, especially within the film industry. While traditional advertising methods, such as commercials and banner ads, have lost their effectiveness due to oversaturation and technological advances like ad-blocking, product placement offers brands a more organic and engaging way to reach their target audience.

The analysis of films from both Hollywood and Turkish cinema reveals that product placement is not only an effective way to increase brand visibility but also a valuable component of digital marketing strategies. Global cinema, particularly Hollywood productions, has been at the forefront of leveraging product placement to strengthen brand associations, as evidenced by films like Déjà Vu and The Departed. These films demonstrate how brands can seamlessly integrate into narratives, creating a more natural connection with the audience. In contrast, while product placement practices are still in their early stages in Turkish cinema, the study suggests significant growth potential. The increasing use of foreign brands in Turkish films indicates that product placement has not yet become a mainstream advertising strategy for local brands. However, this presents an opportunity for domestic companies to explore this method further. The integration of digital media and social networks into film marketing further enhances the effectiveness of product placement in reaching a broader audience, particularly among tech-savvy consumers engaged with digital platforms.

The study highlights the growing importance of product placement as a powerful tool in digital marketing strategies. Its expanding role in films not only promotes brands but also enriches the viewer experience, fostering a more immersive and dynamic relationship between films and consumers. As the film industry continues to adapt to new technological and market trends, product placement is likely to remain a key element in bridging the gap between entertainment and advertising. This study provides valuable insights for both advertising researchers and filmmakers, suggesting that product placement is not a passing trend but a critical strategy for brands looking to stay relevant in a rapidly evolving media landscape. The continued rise of digital media and the global reach of films presents tremendous opportunities for further exploration and optimization of product placement as a core digital marketing tool.

Ethical Declaration

During the writing process of the study titled "*The Role of Product Placement in Digital Marketing: Insights from World Cinema and Turkish Films*", scientific rules, ethical and citation rules were followed; no falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication environment for evaluation.

Etik Beyan

"*Dijital Pazarlamada Ürün Yerleştirmenin Rolü: Dünya Sineması ve Türk Filmlerinden Görüşler*" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Statement of Contribution Rate of Researchers

The contribution rates of the authors in the study are equal.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

References

Anderson, C. (2006). *Recall and Recognition of Brand-Modified Product Placement in Movies*. Brigham Young University.

Ayers, M. L. (2002). *Transformational partnerships: A relational model of dyadic business partnerships*. Fielding Graduate Institute.

Badiou, A. (2013). Cinema. *Polity Press*. ISBN 978-0-745-65567-3. Erişim adresi: https://www.wiley.com/en-us/Cinema-p-9780745655673.
Balasubramanian, S. K. (1994). Beyond advertising and publicity: Hybrid messages and public policy issues. *Journal of advertising*, 23(4), 29-46.
Bellin, A. (2003). *Product Placement of Alcohol in Teen Movies: A Qualitative Analysis of Perceptions and Attitudes of High School Students* (Doctoral dissertation, University of Florida).
Bozkurt, S. (2024). *Brand Emphasis in the Avengers Movies: Anatomy of Sequels and Product Placement*. In Studies on Cinematography and Narrative in Film: Sequels, Serials, and Trilogies (pp. 210-237). IGI Global.
Celep, E., & Topaloğlu, M. (2018). 2000 sonrası Türk Sineması'nda Ürün Yerleştirme Stratejisi İncelenmesi: Cem Yılmaz Filmleri Örneği. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(22), 972-985.
Charlesworth, A., & Glantz, S. A. (2006). Tobacco and the movie industry. *Clin Occup Environ Med*, 5(1), 73-84.
Fetvacı, Z. Z. (2008). *Hollywood ve Türk sinemasında ürün yerleştirme: 2006 yılı Türk ve Hollywood filmlerinin karşılaştırmalı içerik analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
Galician, M. L. (2004). *Handbook of product placement in the mass media: New strategies in marketing theory, practice, trends, and ethics*. Routledge.
Gutnik, L., Huang, T., Lin, J. B., & Schmidt, T. (2007). *New trends in product placement*. Strategic Computing and Communication Technology, 1-22.
Guo, F., Ye, G., Hudders, L., Lv, W., Li, M., & Duffy, V. G. (2019). Product placement in mass media: a review and bibliometric analysis. *Journal of Advertising*, 48(2), 215-231.
Hornick, L. A. (2006). *The evolution of product placement: Consumer awareness and ethical considerations*. West Virginia University.
Karrh, J. A. (1998). Brand placement: A review. Journal of Current Issues & Research in Advertising, 20(2), 31-49.
La Ferle, C., & Edwards, S. M. (2006). Product placement: How brands appear on television. *Journal of advertising*, 35(4), 65-86.
Lozano, R. D. (2005). *Impact of mood on recall of brand placements in the movies* (Doctoral dissertation, University of Florida).
Moser, H. R., Bryant, L., & Sylvester, K. (2004). Product placement as a marketing tool in film and television. *National Social Science Journal*, 22(1), 76-86.
Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... & Moher, D. (2021). *The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews*. bmj, 372.
PQ Media (2024), *Global Product Placement Forecast 2024-2028*, PQ Media. Erişim adresi: https://www.pqmedia.com/product/global-product-placement-forecast-2024-2028/
Puspanathan, C. A., Kia, K. K., & Subramaniam, C. R. S. (2024). The Ability of a Brand Recall to Mediate Between Product Placement and Multi-Ethnic Moviegoer's Consumer Purchase Intentions. *International Journal of Management Studies* (IJMS), 31(1), 299-334.
Russell, C. A. (2002). Investigating the effectiveness of product placements in television shows: The role of modality and plot connection congruence on brand memory and attitude. *Journal of consumer research*, 29(3), 306-318.
Taiwo, M., Jaiyesimi, B. J., & Aondover, E. M. (2024). Product placement in Namaste Wahala in the global film industry and brand recall in Nigeria. *Journal of Media and Communication Studies*, 16(1), 9-19.
Telek, D. (2022). *İşçi Sineması Nasıl Yapılmalı?: Eisenstein'ın Grev Filmi Örneği*. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 1(2), 7-22.
Weisberg, L. (1985). Products winning movie auditions. *Advertising Age*, 56, 19-20.
You, I. M. (2004). *Product placement belief and product usage behavior in South Korea and the United States* (Doctoral dissertation, University of Florida). Erişim adresi: https://docslib.org/doc/10959948/product-placement-belief-and-product-usage-behavior-in-south-korea-and-the-united-states
Van Reijmersdal, E., Neijens, P., & Smit, E. G. (2009). A new branch of advertising: Reviewing factors that influence reactions to product placement. *Journal of advertising research*, 49(4), 429-449.
Zhang, J. (2024). Blockbuster Branding--Exploring the Impact of Product Placement on Consumer Behavior in American Cinema. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 92, 104-113..

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Bu araştırmanın amacı, dijital pazarlama stratejileriyle bağlantılı olarak ürün yerleştirmenin rolünü, hem Hollywood hem de Türk sinemasındaki örnekler bağlamında incelemektir. Araştırmanın kapsamı, belirli bir döneme ait örnekler aracılığıyla seçilen Hollywood ve Türk sinemasındaki filmlerle sınırlıdır. Çalışmada, öncelikle konunun teorik altyapısını ortaya koymak amacıyla PRISMA (Tercih Edilen Sistematik İnceleme ve Meta-Analiz İçin Raporlama Öğeleri) çerçevesinde kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Ardından, belirlenen filmlerdeki reklam amaçlı ürün yerleştirme örnekleri nitel araştırma yöntemiyle incelenmiştir. Literatür taramasında, Google Scholar, Scopus ve ScienceDirect gibi akademik veritabanlarından, 2000-2024 yılları arasında yayımlanan İngilizce dilindeki dergi ve inceleme makalelerine odaklanılmıştır. "Ürün Yerleştirme," "Sinema" ve "Dijital Pazarlama" anahtar kelimeleriyle yapılan aramalarda, 618 makale

Google Scholar'dan, 4 makale ScienceDirect'ten ve 1 makale Scopus'tan elde edilmiştir. Makaleler, başlık ve özetlerine göre değerlendirilip, metodolojik açıdan uygunlukları kontrol edilerek yalnızca yüksek kaliteli ve ilgili makaleler seçilmiştir. Sonuçta, 30 makale araştırmaya dahil edilmiştir. Literatür taramasının ardından, araştırma Hollywood ve Türk sinemasındaki ürün yerleştirme uygulamalarını analiz etmeye odaklanmıştır. Bu bağlamda, ürün yerleştirme örneklerinin film anlatısı ve pazarlama stratejileri bağlamındaki kullanımı incelenmiştir. Nitel bir araştırma yöntemiyle, seçilen filmlerdeki ürün yerleştirme sahneleri görsel ve oyuncu tabanlı analizle değerlendirilmiş, ayrıca bu sahneler sayılarak nicel içerik analizi yapılmıştır. Çalışmanın ilk aşamasında, belirlenen Hollywood filmlerindeki ürün yerleştirme örnekleri incelenmiş ve hangi markaların, nasıl ve ne kadar ürün yerleştirme bağlamında tanıtıldıkları analiz edilmiştir. Ürün yerleştirme bağlamında incelenen Hollywood filmlerinde özellikle şu hususlar öne çıkmaktadır: *Mission: Impossible 3* filminde Mercedes, Lamborghini, Land Rover, Kodak, DHL gibi markalar yer almakta; Blood Diamond filminde Jack Daniel's, Range Rover, Nikon gibi ürünler öne çıkmaktadır. *The Departed* filminde Dell, Motorola, Mountain Dew, Coca-Cola gibi markalar geniş bir ekran süresiyle görünürken; *Casino Royale* filminde Sony, Aston Martin, Omega ve Heineken gibi markalar belirgin şekilde tanıtılmaktadır. *Basic Instinct 2*'de C8 Laviolette arabası, Escape from Poseidon'da Nokia, Déjà Vu'da Pepsi ve *The Da Vinci Code*'da ise Smart, Mercedes ve Bosch gibi markalar dikkat çekmektedir. Çalışma kapsamında elde edilen bilgiler, Hollywood filmlerinde ürün yerleştirmenin film içi anlatımla doğal bir şekilde harmanlanarak kullanıldığını ve bu bağlamda ürün yerleştirme kapsamında kullanılan markaların izleyiciye belirli sürelerle ve belirli sahnelerde, filmin senaryosu dahilinde ve sahnenin içeriği içinde doğal ve organik bir reklam formatı şeklinde sunulduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmanın devam eden bölümünde ise Türk sinemasındaki ürün yerleştirme örnekleri incelenmiş ve hangi markaların, nasıl ve ne kadar ürün yerleştirme bağlamında tanıtıldıkları analiz edilmiştir. Ürün yerleştirme bağlamında incelenen Türk sinemasında özellikle şu hususlar öne çıkmaktadır: *The Magician (Hokkabaz)* filminde Opet ve Adidas gibi markaların ve *The Masked Thieves: Iraq (Maskeli Beşler: Irak)* filminde ise Mercedes, BMW ve Coca-Cola gibi markaların filmlerin aksiyon sahnelerini destekleyen stratejik bir şekilde yerleştirildikleri görülmektedir. *Pars: Cherry Operation (Pars: Kiraz Operasyonu)* filminde, Renault ve GMC araçları gibi markaların önemli sahnelerde kullanıldığı; *The Little Apocalypse (Küçük Kıyamet)* filminde ise Toyota SUV markasının ürün yerleştirme bağlamında ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. *The Exam (Sınav)* filminde ise Turkcell, Capitol AVM ve D&R gibi markaların ürün yerleştirme bağlamında sıkça yer aldığı görülmektedir. Çalışma kapsamında elde edilen bilgiler, Türk sinemasında da tıpkı Hollywood filmlerinde olduğu gibi ürün yerleştirme uygulamalarının film içi anlatımla doğal bir şekilde harmanlanarak kullanıldığını ve bu durumun filmin senaryosu dahilinde doğal ve organik bir reklam formatı şeklinde sunulduğunu ortaya koymaktadır. Çalışma kapsamında literatür incelemesi ile elde edilen bilgiler, sinema dünyasında reklam amaçlı ürün yerleştirmenin özellikle markaların görünürlüğünü artırmak, marka imajı oluşturmak ve tüketici davranışlarını etkilemek gibi hedeflerle kullanıldığı yönündedir. Çalışma kapsamında ürün yerleştirme bağlamında incelenen filmlerden elde edilen sonuçlar, hem Hollywood filmlerinde hem de Türk sinemasındaki filmlerde ürün yerleştirmenin film içi anlatımla doğal bir şekilde harmanlanarak kullanıldığını ve bu uygulamanın markaların izleyiciye belirli sahnelerde ve sürelerle, filmin senaryosuna uygun şekilde, organik bir reklam formatında sunulduğunu göstermektedir. Bu araştırma, ürün yerleştirmenin hem Hollywood hem de Türk sinemasındaki filmlerde bir reklam stratejisi olarak rolünü inceleyerek, markaların görünürlüğü üzerindeki etkisini ve modern dijital pazarlama uygulamaları üzerindeki etkisini göstermesi açısından alana önemli bir katkı sağlamaktadır.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3

MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3

ISSN: 1694-7215

Research Paper / Araştırma Makalesi

Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği: Geçerlik-Güvenirlik Çalışması

Nazan KORUCUK[1]

Öz

Bu çalışmada tüketici satın alma davranışlarının belirlenmesine yönelik geçerli-güvenirliği sınanmış bir ölçme aracı geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada anlaşılırlık kontrolü yapmak ve ön-son uygulama için veri toplamak amacıyla 1242 kişiden meydana gelen üç grupla çalışılmıştır. Öncelikle 26 kişiden oluşan ilk çalışma grubuyla anlaşılırlık kontrolleri yapılmıştır. Daha sonra Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği ön uygulama formu ile 246 tüketiciden oluşan 2. çalışma grubundan veri elde edilmiştir. Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği'nin son uygulaması için 970 bireyden oluşan 3. çalışma grubundan veri elde edilmiştir. Analizler sonucunda ulaşılan boyutlar ve açıklanan varyans yükleri; 1.Yeşil Tüketim Boyutu-9 madde (%29.56), 2.Görsel Tüketim Boyutu-7 madde (%15.54), 3.Yerli/Millî Tüketim Boyutu-9 madde (%10.59) ve 4.Fiyat Boyutu-6 madde (%9.50) şeklindedir. Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği'ne ait uyum indeks değerlerinin referans aralıklarda yer aldığı ve verilerin güvenirliklerinin yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, geçerliği ve güvenirliği istatistiki tekniklerle sınanmış bir Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Geçerlik ve Güvenirlik, Ölçek Geliştirme, Tüketici, Satın Alma Davranışı.

Consumer Purchasing Behavior Scale: Validity-Reliabilty Study

Abstract

In this study, it was aimed to develop a valid and reliable measurement tool for determining consumer purchasing behavior. In the study, three groups consisting of 1242 people were studied to check comprehensibility and collect data for pre-post application. First, comprehensibility checks were made with the first study group consisting of 26 people. Then, data was obtained from the 2nd study group consisting of 246 consumers with the Consumer Purchasing Behavior Scale pre-application form. For the final application of the Consumer Purchasing Behavior Scale, data was obtained from the 3rd study group consisting of 970 individuals. The dimensions obtained as a result of the analyses and the explained variance loads are as follows; 1. Green Consumption Dimension-9 items (%29.56), 2. Visual Consumption Dimension-7 items (%15.54), 3. Local / National Consumption Dimension-9 items (%10.59) and 4. Price Dimension-6 items (%9.50). It was determined that the fit index values of the Consumer Purchasing Behavior Scale were within the reference ranges and the reliability of the data was at a high level. As a result, a Consumer Purchasing Behavior Scale, the validity and reliability of which was tested with statistical techniques, was developed.

Keywords: Validity and Reliability, Scale Development, Consumer, Purchasing Behavior.

Atıf İçin / Please Cite As:

Korucuk, N. (2025). Tüketici satın alma davranışı ölçeği: Geçerlik-güvenirlik çalışması. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1253-1271. doi:10.33206/mjss.1562229

Geliş Tarihi / Received Date: 06.10.2024 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 16.06.2025

[1] Dr. Öğr. Üyesi -Türkiye-Kafkas Üniversitesi, Sarıkamış Turizm Fakültesi, nazan3634@gmail.com,

ORCID: 0000-0003-2208-0657

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Tarih öncesi çağlardan bugüne kadar insanlar yaşamlarını sürdürebilmek için üretim ve tüketim yapmaktadırlar. Üretim arttıkça insanların ihtiyaçları artmaya başlamıştır. İnsanlar hayatları boyunca hem maddi hem de manevi ihtiyaçlarını karşılamak zorundadırlar (Savaş ve Günay, 2016). İhtiyaç, belirli bir birey, grup, kurum ya da toplumun mevcut durumuyla, ulaşılması arzu edilen ideal durum arasındaki farkı ortaya koyan, bu farkı giderme amacıyla gerekli kaynak, hizmet, beceri ya da koşulları sistematik biçimde analiz eden ve tanımlayan süreç olarak tanımlanabilir (Marjanović, 2023; Kotler, Keller, Brady, Goodman ve Hansen, 2019). İnsanlar gerekli olan ihtiyaçlarının karşılanması için tüketim yapmaktadırlar. Tüketim, çeşitli yazarlar tarafından ihtiyacın karşılanması için gerekli olan ekonomik faaliyetler ile bireylerin hayatlarına yön veren bir olgu olarak tanımlanmaktadır (Ahuja, Gupta ve Raman, 2003). Tüketim aynı zamanda bir şeyleri bitirme veya ortadan kaldırma eylemi olarak da tanımlanabilir. Bunun yanında tüketim, insanların fizyolojik, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanması olarak da bilinmektedir (Ekinci, 2019). İnsanların bu ihtiyaçlarını karşılarken maddi ve manevi harcanan tüm değerler de tüketimin bir parçası olduğu söylenebilir. Bu kapsamda tüketim, sınırsız ürün ve hizmet alma isteği yaratan (Olbrich ve Holsing, 2011; Kaufmann ve Panni, 2011; Salvatore, Adamashvili ve Conto, 2022) sosyal, teknolojik ve ekonomik bir düzen olduğu ifade edilebilir (Syrjälä, Ruiz, Leipämaa-Leskinen ve Luomala, 2025). Tüketici kavramı ise satılan ürünlere karşı talepte bulunan tüm bireyler olarak tanımlanabilir. Bireylerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayan pazarlama karması elemanlarının "*ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma*"ya (Oyekunle ve Salome, 2024) ait pazarlama bileşenlerini satın alan veya satın alma olasılığı olan bireylerde tüketici olarak ifade edilmektedir (Gülaçtı, 2022). Tüketiciler, karşılanacak ihtiyacı olan ve harcama isteği bulunan kişi, kurum ve kuruluşlardır. Tüketiciler bazen kişi veya işletmelerden oluşurken bazen de kamu kurumları ve kar amcacı gütmeyen kurumlar olabilmektedir (Mucuk, 2014). Tüketiciler farklı psikolojik yapısı, istekleri ve kişisel öncelikleri olan bireylerdir (Schiffman ve Wisenblit, 2015).

Pazarlamanın ana bölümlerinden biri olan tüketici davranışı, insan davranışının ise alt bölümüdür (Maksudunov, 2008). Tüketiciler içinde yaşadıkları sosyolojik yapı ve pazar dinamiklerinin etkileşimi sonucu bir tüketim davranışı sergilerler (Odabaşı ve Barış, 2017). Tüketici davranışı, bireyin ürünleri, hizmetleri ve fikirleri elde etmesi, tüketmesi (Vidal-Ayuso, Akhmedova ve Jaca, 2023) ve tüketim sonrası elden çıkarması süreci olarak tanımlanmaktadır (Kardes, Cronley ve Cline, 2011). Modern pazarlama yaklaşımında, tüketicilerin arzu ve ihtiyaçlarının tatmin edilebilmesi amacıyla gerekli olan bilgilerin toplanması, analiz edilmesi, tüketici davranışlarının tüm kapsamıyla anlaşılması ve pazarlama karmasının geliştirilmesi temeline dayanır (Arslan, 2003). 1950 yıllarından itibaren tüketici davranışı davranış bilimcileri tarafından oldukça fazla çalışılan bir alan olmuştur. 1980'lerden sonra modern pazarlama anlayışının hâkim olmasıyla beraber pazarlama alanında kendine has bir uzmanlık alanı olmuştur (Uslu, 2005). İlk zamanlarda sadece tüketim esnasındaki tüketici davranışları incelenirken, modern pazarlama anlayışının gelişmesiyle birlikte satın alma ve satın alma sonrası deneyimler ve satın alma faktörleri daha fazla incelenmeye başlamıştır (Koç, 2015). Tüketici davranışını anlamak için Kotler (1984) pazarlamanın 7 O'su biçiminde isimlendirilen bazı soruların sorulması gerektiğini söylemiştir. Bu sorular şunlardır: Pazarı kimler ortaya çıkardı? (**O**ccupants); Ne satın alır? (**O**bjects); Ne zaman satın alır? (**O**ccasions); Satın alma kimlerle ilgilidir? (**O**rganization); Neden satın alır? (**O**bjectives); Nereden satın alır? (**O**utlets); Nasıl satın alır? (**O**perations). Kotler'in öne sürdüğü bu sorular ile tüketici davranışlarını analiz ederek cevap bulunabilmektedir. Tüketici davranışlarının satın almadan önce analiz edilmesi, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının tümünü karşılayacak bilgi ve verilerin elde edilmesini sağlar. Bundan dolayı işletmelerin tüketici ihtiyaçlarını karşılayacak stratejinin sağlanması kolaylaşacak, daha etkin geri bildirimlerine ulaşılacak ve başarı düzeyleri artacaktır (Odabaşı, 2002).

Alanyazın incelendiğinde tüketicilerin satın alma davranışlarının temelinde yatan unsurların belirlenmesiyle hem işletmelerin amaçlarına ulaşmasına hem de tüketicilerin memnuniyetlerinin artmasına katkıda bulunulabildiğine vurgu yapılmaktadır (Park ve Kim, 2003; Salvatore, Adamashvili ve Conto, 2022; Sherman, Mathur ve Smith,1997; Wunderlich, Gatto ve Smoller, 2018). Alanyazında incelendiğinde satın alma davranışlarının çeşitli değişkenlere göre farklılaştığına ilişkin çalışmalara rastlanmaktadır. Çabuk ve Keleş (2008) çalışmasında cinsiyet, medeni durum, yaş ve eğitim durumunun satın alma kararına etki ettiğini vurgulamaktadır. Yemez, Karaca ve Umut (2018) çalışmasında özel gün indirimlerinde tüketicilerin satın alma davranışları cinsiyete göre farklılaşırken, medeni durum, eğitim durumu, gelir grupları ve meslek türüne göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşmıştır. Deepak ve Velaudham (2019) çalışmasında ise evli tüketicilerin satın alma davranışlarının bekar tüketicilere göre anlamlı şekilde farklılaştığı sonucuna ulaşmıştır. Bayazıt ve Akkaya (2022) çalışmasında satın alma davranışının medeni duruma göre

farklılaşabildiğini ifade etmiştir. Akbarov (2022) çalışmasında tüketici satın alma davranışı ile cinsiyet, medeni durum ve kişisel gelir arasında bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Topçu ve Yeniçeri (2024) çalışmasında tüketici satın alma davranışı cinsiyet, yaş ve medeni duruma göre farklılaşırken, aylık gelir ve öğrenim düzeyinde bir farklılaşma olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Görüldüğü gibi alanyazında tüketici satın alma davranışı ile ilgili çalışmalar olmasına rağmen tüketici satın alma davranışlarının belirlenmesine yönelik az/sınırlı sayıda ölçme aracına/ölçeğe rastlanmaktadır. Bu nedenlerden dolayı çalışmada geçerli-güvenirliği sınanmış bir ölçme aracı geliştirilmesi amaçlanmıştır. Böylelikle bu çalışmada geliştirilen Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği (TSADÖ) ile pazarlama alanında faaliyetlerini sürdüren sektör temsilcileri ve pazarlama çalışmaları yürüten araştırmacılara katkıda bulunulabilir.

Kavramsal Çerçeve

Covid-19 pandemisi sonrasında bireylerin ürün ve hizmet tüketim biçimleri belirgin biçimde değişime uğramıştır. Bu süreç, tüketimin yalnızca temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik bir faaliyet olmaktan çıkarak, kültürel, sosyal ve psikolojik anlamlar taşıyan çok katmanlı bir yapıya evrilmesine neden olmuştur (Feder vd., 2023). Tüketim kültürü, bireylerin sosyal statü edinme, aidiyet duygusu geliştirme ya da kişisel imajlarını güçlendirme gibi amaçlarla belirli tüketim kalıplarını benimsemelerini teşvik eden bir yapı arz etmektedir (Taylor vd., 2025). Bu bağlamda tüketici davranışları, yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda psikolojik, sosyolojik ve kültürel etkenlerle de yakından ilişkili olduğu ifade edilebilir (Kanwal vd., 2022). Tüketiciler içsel ve dışsal bilgi kaynaklarından faydalanarak satın alma kararı verirler (Aktuğlu, 2006). Tüketici davranışı sadece ürünlerin ve hizmetlerin satın alma sürecini incelemez. Tüketici davranışı aynı zamanda satın alma sürecini, öncesi ve sonrasını inceleyerek bu süreçteki tecrübe ve etkenlerin neler olduğu ele almaktadır. Kurum ve kuruluşların giderek büyümesi, kendi içlerinde sınıflarının artması, tüketicilerin bilinçlenmesi, tüketici sayısının artması, tüketim olgusunun daha duygusal bir hal alması, ürün çeşitliliğinde yeniliğin artması ile tüketici davranışının son yıllarda önemi daha artış göstermiştir (Koç, 2013). Tüketici davranışları birçok durumdan etkilendiği için anlaşılması zordur. Bundan dolayı işletmeler bu süreci incelerken tüketicilerin satın alma davranışlarını tam olarak anlaması gerekir (Bilge ve Göksu, 2010). Tüketicilerin karar alma süreci beş aşamadan oluşmaktadır (Awuy, Lapian ve Wangke, 2024; Yemez Karaca ve Umut, 2018; Gajjar, 2013); ihtiyacı belirlenme, alternatifleri belirleme, alternatifleri analiz etme ve değerlendirme, satın alma kararı ve satın alma satın alma sonrası (duygular, davranışlar vb.). İhtiyacı belirleyen tüketici öncelikle bunu nasıl karşılanacağı ile ilgilenmektedir. Daha sonra ihtiyacını giderilmesi için alternatifleri belirleyerek bilgi toplar. Tüketici bilgi toplarken yakın çevresindeki deneyimleyen kişilerle görüşür. Daha sonra belirlediği alternatifleri değerlendirdikten soran satın alma süreci başlar. Tüketici ürünü almaya karar verir ve satın alır. Tüketici ürünü alıp kullandıktan sonra ürüne karşı olan tutumunu ortaya koyar. Tüketici üründen ya çok memnun kalarak tatmin olur ya da ürün ile oldukça olumsuz bir sonuç ortaya çıkar (Huang ve Benyoucef, 2017). Tüketicilerin ihtiyacını ortaya çıkmasıyla başlayan karar süreci, iç ve dış birçok etken ile kararları değişebilir (Akbaş ve Kırkbir, 2015).

Tüketici satın alma davranışı, bir bireyin ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için ürün veya hizmetleri seçme, satın alma ve kullanma süreçlerini ifade etmektedir. Tüketici satın alma davranışı hem mikro hem de makro ekonomik düzeyde önemli sonuçlar doğurabilir. Tüketici davranışını anlamak, şirketlerin daha etkili pazarlama stratejileri geliştirmesine ve rekabet avantajı sağlamasına yardımcı olabilmektedir. Tüketici satın alma davranışını etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler aşağıdaki şekilde açıklanabilir (Salvatore, Adamashvili, ve Conto, 2022; Schiffman ve Kanuk, 2010; Solomon, 2017):

Kişisel Faktörler, demografik özellikler ile yaşam tarzı ve kişilik olarak açıklanmaktadır. Demografik Özellikler; demografik faktörler, yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim seviyesi ve aile yapısı gibi unsurları içerir. Tüketicilerin bu özellikleri, ürün seçimlerinde ve tüketim alışkanlıklarında önemli bir rol oynar. Örneğin, genç tüketiciler genellikle teknolojiye daha yatkındır ve yenilikçi ürünleri tercih ederken, yaşlı tüketiciler daha geleneksel ve güvenilir ürünleri tercih edebilmektedirler. Kişisel faktörlerden yaşam tarzı, bireyin günlük yaşamında ve sosyal çevresinde benimsediği alışkanlıkları ifade ederken, kişilik ise bireyin karakteristik özellikleri olarak tanımlanabilir. Yaşam tarzı ve kişilik, tüketici tercihlerini ve satın alma davranışlarını büyük ölçüde etkileyebilir. Örneğin, çevre dostu bir yaşam tarzını benimseyen tüketiciler, organik ve sürdürülebilir ürünlere yönelme eğilimi gösterebilirler (Hasan ve Rahim, 2008).

Psikolojik Faktörler, ihtiyaçlar ve motivasyon, algı ile öğrenme ve deneyimler alt başlıklarından oluşmaktadır. İhtiyaçlar ve Motivasyon; Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisine göre, tüketicilerin ihtiyaçları fizyolojik, güvenlik, aidiyet, saygı ve kendini gerçekleştirme şeklinde beş seviyede sıralanmaktadır. Tüketiciler genellikle önce temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ürünleri satın alır, daha

sonra ise daha yüksek seviyedeki ihtiyaçları karşılamaya yönelik ürünlere yönelebilirler (Alkhizar ve Vidani, 2024). Algı; tüketicinin bir ürün veya marka hakkında oluşturduğu düşünce ve hisleri ifade eder. Algılar, ürünün kalitesi, marka imajı ve reklamlar aracılığıyla şekillenir. Tüketicilerin algıları, satın alma kararlarını doğrudan etkileyebilir. Örneğin, bir marka yüksek kalite algısıyla ilişkilendirildiğinde, tüketiciler bu markayı tercih edebilir. Öğrenme ve Deneyimler ise tüketicilerin satın alma kararları, önceki deneyimler ve öğrenmelerle şekillenebilir. Olumlu deneyimler, sadakat yaratabilirken, olumsuz deneyimler tüketiciyi başka markalara yönlendirebilirler. Öğrenme süreçleri, tüketicilerin ürünler hakkında bilgi edinmelerini ve gelecekteki satın alma kararlarını etkileyebilmektedir (Le, 2021).

Sosyal Faktörler, aile ve çevresi ile referans gruplarından oluşmaktadır. Aile ve Çevresi; aile üyeleri ve çevresi, bireylerin tüketim alışkanlıklarını etkileyebilir. Aile üyelerinin tercihlerine ve önerilerine bağlı olarak, bireyler belirli ürünleri tercih edebilirler. Ayrıca, evdeki alışkanlıklar ve kültürel değerler, tüketici davranışlarını şekillendirir. Referans grupları, arkadaşlar, iş arkadaşları ve sosyal medya etkileyicileri gibi grupları içerir. Bu grupların önerileri ve davranışları, bireylerin satın alma kararlarını etkileyebilir. Sosyal etkileşim ve grup baskısı, tüketici tercihlerini yönlendirebilir (Ramya ve Ali, 2016).

Kültürel ve Sosyal Faktörler, kültürel geçmiş ve sosyal sınıf olarak açıklanabilir. Kültürel geçmiş; tüketicinin kültürel geçmişi, alışkanlıkları ve değerleri, satın alma davranışlarını etkileyebilmektedir. Kültürel değerler, belirli ürünlerin veya hizmetlerin kabulünü ve tercih edilmesini şekillendirir. Örneğin, bazı kültürlerde et tüketimi yaygınken, diğer kültürlerde vejetaryenlik tercih edilebilir. Sosyal sınıf; bireylerin ekonomik durumu ve toplumsal konumunu ifade eder. Sosyal sınıf, tüketici tercihlerini, satın alma gücünü ve tüketim alışkanlıklarını etkiler. Sosyoekonomik düzey, genellikle hangi ürünlerin tercih edileceğini ve hangi markaların tercih edileceğini belirleyebilir (Alghamdi ve Agag, 2024).

Tüketiciler ürünleri veya hizmetleri satın alırken karar sürecinden geçerler. Tüketici satın alma karar süreci, bir ürün veya hizmetin satın alınmasına kadar geçen aşamaları tanımlar ve bu sürecin anlaşılması, işletmelerin pazarlama stratejilerini etkili bir şekilde planlamalarına yardımcı olabilir (Miklošík, 2015; Özcan, 2010). Bu süreç genellikle aşağıdaki aşamalardan oluşur (Şekil 1):

Şekil 1. Tüketici *Satın Alma Karar Süreci*

İlk aşama olan ihtiyaç tanımlama; satın alma sürecinin ilk aşamasıdır ve tüketicinin bir ihtiyaç veya problem hissetmesiyle başlamaktadır. Bu aşamada, tüketici mevcut durumunu değerlendirir ve bir eksiklik veya sorun fark eder (Pasaribu vd., 2024). Alternatiflerin değerlendirilmesi aşamasında bilgi toplandıktan sonra, tüketici elde ettiği alternatifleri değerlendirir (Baidoun, ve Salem, 2024). Satın alma kararı aşamasında değerlendirme aşamasının ardından, tüketici nihai satın alma kararını verir (Mutmainah ve Wahidhani, 2024). Satın alma sonrası davranış aşamasında ise satın alma işlemi tamamlandıktan sonra, tüketici ürünü kullanır ve satın alma deneyimini değerlendirir. Bu aşama, tüketici memnuniyeti ve markaya olan bağlılık açısından kritik öneme sahiptir (Ali ve Anwar, 2021). Tüketici satın alma karar süreci, karmaşık ve çok aşamalı bir süreçtir. Her aşamada çeşitli içsel ve dışsal faktörler rol oynar. İşletmeler, bu sürecin her aşamasını anlayarak, tüketicilere daha iyi hizmet verebilir, etkili pazarlama stratejileri geliştirebilir ve müşteri memnuniyetini artırabilir. Tüketici davranışlarını analiz etmek ve bu analizlere dayanarak stratejiler oluşturmak, başarılı bir pazarlama ve satış yaklaşımının temel taşlarını oluşturur (Prasath ve Yıldırım, 2016; Yoganathen, 2018).

Alanyazında tüketici satın alma davranışı ile ilgili çok sayıda çalışma olmasına rağmen tüketici satın alma davranışlarının belirlenmesine yönelik sınırlı sayıda ölçme aracına rastlanmaktadır. Araştırmacılar tarafından tüketici satın alma davranışı odaklı yürütülen çalışmalarda kullanılan ölçme araçlarına ait bilgilere Tablo 1'de yer verilmiştir.

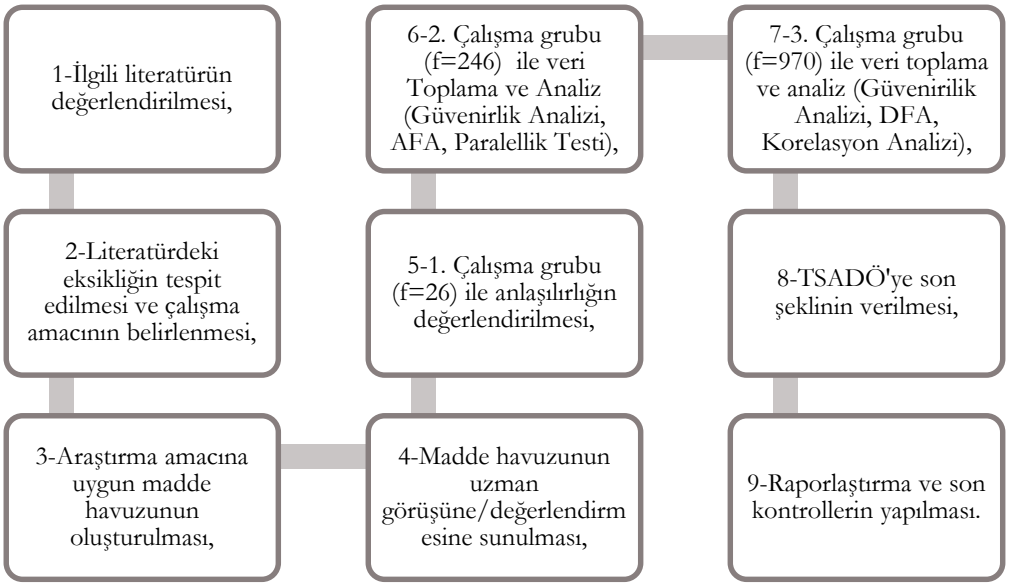
Tablo 1. *İlgili Araştırmalar*

Yazar	Yıl	Yayın Adı	Boyut	Madde Sayısı
Mishra, M., Kushwaha, R. ve Gupta, N.	2024	Impact of sales promotion on consumer buying behavior in the apparel industry.	Tek Boyut	6 Madde
Al-kbat	2022	Elektronik Reklamlarının Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi.	Tek Boyut	9 madde
Yapraklı ve Gül	2021	Tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve ürün ilgileniminin online satın alma davranışı üzerindeki etkisi.	Tek Boyut	8 Madde
Çetinkaya, S.	2019	Markaların sosyal medya kullanımı ve tüketici satın alma davranışları ilişkisi üzerine inceleme: Instagram örneği.	Beş Boyut	30 Madde
Sheblı, N. M.	2019	Tv reklamlarının tüketici satın alma davranışı ve algısına etkisi: Libyalı tüketiciler üzerinde bir araştırma.	Tek Boyut	7 Madde
Onurlubaş, E. ve Öztürk, D.	2018	Sosyal medya uygulamalarının Y kuşağı satın alma davranışı üzerine etkisi: Instagram örneği.	Tek Boyut	6 Madde
Yemez, İ., Karaca, Ş., ve Umut, M. Ö.	2018	Özel gün indirimlerinin tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisinin incelenmesi.	Tek Boyut	6 Madde
Şahin, E., Çağlıyan, V., ve Başer, H. H	2017	Sosyal medya pazarlamasının tüketici satın alma davranışına etkisi: Selçuk üniversitesi İ.İ.B.F örneği.	Tek Boyut	10 Madde
İlban, M., Akkılıç, M., ve Yılmaz, Ö.	2011	Termal turizmde tüketici satın alma davranışını etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Gönen örneği-determınatıon of the factors affectıng consumer purchase behavıor ın thermal tourısm.	Beş Boyut	17 Madde

Tablo 1'de gösterildiği gibi alanyazın incelendiğinde tüketici satın alma davranışına yönelik az sayıda ölçek geliştirilme çalışmasına rastlanmıştır. İlban, Akkılıç ve Yılmaz'ın (2011) çalışmasında kullanmış olduğu Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği'nde beş boyut ve 17 madde bulunmaktadır. Ölçek pazarlama çabaları, ekonomik, sosyal, psikolojik, kişisel ve kültürel boyutlardan oluşmaktadır. Şahin, Çağlıyan ve Başer (2017)'in yapmış olduğu çalışmada kullandığı Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği tek boyut ve 10 maddeden oluşmaktadır. Yemez, Karaca ve Umut (2018)'un çalışmasında kullanmış olduğu Tüketici Satın Alma Ölçeği ise tek boyut ve 6 ifadeden oluşmaktadır. Onurlubaş ve Öztürk (2018)'ün yapmış olduğu çalışmada Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği tek boyut ve 6 maddeden oluşmaktadır. Sheblı'nin (2019) çalışmasında kullandığı Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği tek boyut ve 7 maddeden oluşmaktadır. Çetinkaya'nın (2019) çalışmasında kullanmış olduğu Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği'nde 30 madde ve 5 boyut bulunmaktadır. Ölçek etkileşim, marka aidiyeti, satın alma davranışı, beğenilirlik ve paylaşma alt boyutlarından oluşmaktadır. Yapraklı ve Gül'ün (2021) çalışmasında kullanmış olduğu Online Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği tek boyut ve 8 ifadeden oluşmaktadır. Al-kbat (2022) çalışmasında kulanmış olduğu Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği ise tek boyut ve 9 maddeden oluşmaktadır. Mishra, Kushwaha ve Gupta (2024) Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği ise tek boyut ve 6 maddeden oluşmaktadır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde ölçeklerin genellikle tek boyuttan meydana geldiği ve bu çalışmada ulaşılan alt boyutların daha önce geliştirilen tüketici satın alma davranışı ölçeklerinde yer almadığı görülmüştür. İlgili çalışmalar değerlendirildiğinde tüketici satın alma davranışlarını belirlemeye yönelik geçerlik ve güvenirlik kontrolleri yapılmış güncel bir veri toplama aracına rastlanamamasından dolayı bu çalışmada geliştirilmiş olan Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği (TSADÖ) ilgili alanyazına katkıda bulunabilir.

Yöntem

TSADÖ'de Seçer (2015) ile Şeker ve Gençdoğan (2014) tarafından belirtilen aşamalar dikkate alınarak yürütülen bir ölçek geliştirme süreci doğrultusunda hareket edilmiştir. Bu doğrultuda izlenen ölçek geliştirme sürecinin daha anlaşılır biçimde sunulabilmesi için Şekil 2 hazırlanmıştır.



Şekil 2. *TSADÖ Geliştirme Süreci*

Şekil 2'de görüldüğü gibi TSADÖ'nün geliştirilebilmesi için ilk olarak ilgili literatür incelenmiş ve literatürdeki boşluk/ihtiyaç tespit edilerek çalışma amacına karar verilmiştir. Sonraki aşamada madde havuzu oluşturulmuş ve uzman görüşüne gidilmiştir. Uzman görüşü sonrasında birinci-ikinci-üçüncü çalışma grupları ile ölçek formunun geçerlik-güvenirlik-anlaşılırlık kontrolleri yürütülmüş ve TSADÖ'ye son hali verilmiştir. Son aşamada ise TSADÖ geliştirme süreci raporlaştırılmıştır.

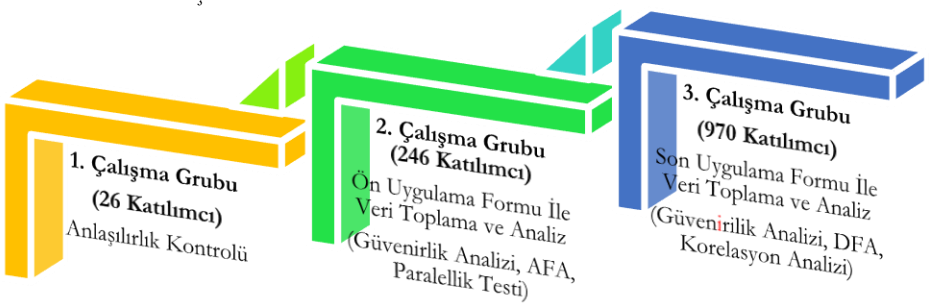
Bunun yanında araştırmanın tüm aşamalarının şeffaf şekilde sunulabilmesi amacıyla bu kısımda öncelikle ölçek maddelerin yazımı hakkında bilgi verilmiştir. Ardından veri elde edilen gruplar ile veri analizinde uygulanan istatistiksel işlemler hakkında bilgiler sunulmuştur.

Madde Yazımı

Ölçek ön uygulama formunda yer alacak maddelerin belirlenebilmesi için öncelikle tüketici satın alma davranışı ile ilgili yerli ve yabancı alanyazın incelenmiştir. İlgili alanyazın kapsamında oluşturulan 78 madde pazarlama ve ölçek geliştirme alanlarında çalışmaları olan doktor, doçent ve profesör unvanlarındaki dört öğretim üyesi tarafından değerlendirilmiştir. Her uzman yaklaşık bir haftalık bir sürede ölçek maddelerini incelemiştir. Uzman değerlendirmeleri sonucunda 7 madde ölçekten çıkartılmış ve 16 maddede uzman önerileri doğrultusunda revize edilmiştir. Uzman değerlendirmeleri sonrasında 71 maddelik ölçek formu Türk Dili Uzmanı tarafından kontrol edilmiştir. Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği ön uygulama formuna ait maddelerin uzmanlar tarafından değerlendirilmesinin temel nedeni kapsam ve görünüş geçerliğinin sağlanmasıdır. Anlaşılırlık kontrolü için ise 26 kişiden oluşan katılımcı grubuna (Birinci çalışma grubu) Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği ön uygulama formu maddeleri yüksek sesle okunarak her bir katılımcı tarafından anlaşılırlığının aynı olup-olmadığı kontrol edilmiştir. Uzmanların ve birinci araştırma grubunun (26 katılımcı) değerlendirmeleri sonucunda TSADÖ'nün 71 maddelik ön uygulama formuna son hali verilmiştir. TSADÖ Likert tipi bir yapı ile tasarlanmıştır. Bunu temel nedeni Likert tipinde tasarlanan ölçeklerin katılımcılar tarafından daha anlaşılır bulunması ve değerlendirilmesinin daha basit olmasıdır (Erkuş, 2016; Turan, Şimşek ve Aslan, 2015). Preston ve Colman (2000) Likert tipi ölçeklerin 3'ten 18'e kadar seçeneğe sahip olarak tasarlanabildiği belirtse de bu çalışmada katılımcıların karar vermelerinin kolaylaştırılması amacıyla "Beşli Likert" yapı tercih edilmiştir. TSADÖ'ye ait seçenekler, aralıklar ve aralık değerlerin karşılıkları; "Kesinlikle Katılmıyorum=1.00/1.80=Çok Düşük Düzey", "Katılmıyorum=1.81/2.60=Düşük Düzey", "Kısmen Katılıyorum=2.61/3.40=Orta Düzey", "Katılıyorum=3.41/4.20=Yüksek Düzey" ile "Kesinlikle Katılıyorum=4.21/5.00=Çok Yüksek Düzey" şeklindedir. Aralıklar arasındaki fark .80'dir. Bu fark aralık sayısı/seçenek (4/5=.80) formülüyle hesaplanmıştır. Bunun sebebi ise katılımcılara beş seçenek sunulmasına karşılık ölçekten en az 1 en fazla 5 puan elde edilebilmesiyle dört aralık (1-2/2-3/3-4/4-5) yer almasıdır. Veri toplama sürecinde ön uygulama ve son uygulama aşamalarının tamamında katılımcılara TSADÖ hakkında bilgi verilmiştir.

Çalışma Grupları

Bu araştırmada anlaşılırlık kontrolü yapmak ve ön-son uygulama için veri toplamak amacıyla üç grupla çalışılmıştır. Çalışma gruplarından elde edilen verilerin güvenirliğinin arttırılabilmesi için her grup farklı bireylerden oluşmuş ve herhangi bir grupta yer alan katılımcı bir diğer grupta yer almamıştır. Çalışma gruplarının farklı bireylerden seçilmesinin bir diğer nedeni ise ön uygulamada elde edilen yapının son uygulama ile sınanmasının daha geçerli bir şekilde yapılabilmesidir. Çalışma gruplarının tamamı 2024 yılında tesadüfi bir şekilde seçilen tüketicilerden meydana gelmiştir. Çalışma grupları ile yürütülen iş/işlemler Şekil 3'te sunulmuştur.



Şekil 3. *Çalışma Grupları ve Yürütülen İş/İşlemler*

Şekil 3'te de görüldüğü gibi ilk çalışma grubu 26 katılımcıdan meydana gelmiştir. İlk çalışma grubuyla yapılan anlaşılırlık kontrollerinden sonra 71 maddeden oluşan Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği ön uygulama formu ile 246 tüketiciden oluşan 2. çalışma grubundan veri elde edilmiştir. Bu aşamada şekilde de görüldüğü gibi ön uygulamada elde edilen verilerin geçerlik/güvenirlikleri (Açımlayıcı Faktör Analizi-AFA, Monte Carlo Paralellik Testi-MCPT ile Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı-CAα/iki yarı test) sınanmıştır. Ön uygulama sonucunda 37 maddelik ve dört alt boyutluk bir yapıya sahip olan TSADÖ son uygulama formu hazırlanarak 3. çalışma grubundan veri elde edilmiştir. 3. çalışma grubundan ulaşılan verilere Doğrulayıcı Faktör Analizi-DFA, korelasyon ve güvenirlik analizleri uygulanmıştır. 3. çalışma grubunda örneklem büyüklüğü belirlenirken ölçek geliştirme çalışmalarında örneklem belirlenmesinde son veri elde edilen grubun ölçekte yer alan maddelerin en az on katı olması önerildiğinden (Nunnally, 1978) dolayı en az 370 (37 madde*10=370) katılımcıya ulaşılması hedeflenmiş ve nihai olarak olabildiğince çok kişiye ulaşılarak 3. çalışma grubu 970 katılımcıdan meydana gelmiştir. Çalışma grupları oluşturulurken katılımcılara eşit şekilde seçilme hakkı tanınabilmesi amacıyla rastgele/tesadüfi (basit seçkisiz) örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Verilerin Analizi - Geçerlik-Güvenirlik Kontrolleri

Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği'nin geliştirilmesi sürecinde öncelikle alanyazın taraması, madde yazımı, uzman görüşüne gidilmesi, dil kontrolleri ve 1. çalışma grubu ile anlaşılırlık kontrolleri yapılmıştır. Böylelikle TSADÖ'nün kapsam ve görünüş geçerliği incelenerek ön uygulama formuna son hali verilmiştir. Bu çalışmada 2. ve 3. çalışma gruplarından elde edilen verilere SPSS 22 ile AMOS 20'den yararlanılarak çeşitli istatistiksel işlemler uygulanmıştır.

2. çalışma grubundan (Ön uygulama) elde edilen verilerin güvenirlik kontrollerinin yapılabilmesi amacıyla CAα ve iki-yarı test uygulanmıştır. 2. çalışma grubundan elde edilen verilerin yapı geçerliğinin kontrol edilebilmesi ve TSADÖ'nin mevcut yapısında yer alan alt boyutların değerlendirilebilmesi amacıyla (Fabrigar ve Wegener, 2011; Hooper, 2012) Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. Bu aşamada verilerin AFA'ya uygunluğu ile örneklem büyüklüğünün yeterliğinin kontrol edilebilmesi için (Bandalos ve Finney, 2010; Brown, 2009) Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testinden yararlanılmıştır. AFA uygulanırken verilerin arasında pozitif korelasyon olduğu görüldüğünden dolayı (Brown, 2009; Costello ve Osborne, 2005) veriler "*Direct Oblimin*" tekniği ile döndürülmüştür. AFA sonucunda yapılan değerlendirmelerde özdeğeri 1'den yüksek olan alt boyutlar ile madde faktör yükü .30'dan yüksek olan maddelerin değerlendirmeye alınması önerilmektedir (Field, 2005; Büyüköztürk, 2018). Bu nedenle AFA sonucunda özdeğeri 1'den düşük olan alt boyutlar ile madde faktör yükü .30'dan düşük olan maddeler değerlendirmeye dahil edilmemiştir. Diğer taraftan AFA sonucunda madde faktör yükleri arasında .10'dan az değer olan ve aynı boyutta konumlanan maddeler de binişiklik sorununa sebep olduğu için değerlendirmeye alınmamıştır. AFA'da elde edilen yapının (öz değerlerin) rastlantısal davranılarak farklı özdeğerlerle sınanabilmesi için (Pallant, 2017) Monte Carlo Paralellik Testi'nden (MCPT) yararlanılmış ve son uygulama formu hazırlanarak 3. çalışma grubundan veri elde edilmiştir.

3. çalışma gurubundan (Son uygulama) elde edilen verilere DFA uygulanmıştır. DFA'da temel amaç mevcut değişkenler ile gizli değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenebilmesi ile AFA'da ulaşılan yapının sınanması ve doğrulanabilmesidir (Harrington, 2009; Hox, 2021; Şencan, 2005). DFA'da ulaşılan TSADÖ'nün yapısının kontrol edilmesinde kullanılan uyum indeksleri ile uyum indekslerine ait referans değerler Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. *Uyum İndeksleri ile Referans Değerler*

Uyum İndeksleri	Referans Aralıklar	
	İyi Değer	**Kabul Edilebilir Değer**
IFI	.95< IFI≤ 1	.90 < IFI≤ .94
CFI	.95< CFI≤ 1	.90 < CFI≤ .94
NFI	.95<NFI≤1	.90<NFI≤.94
TLI	.95< TLI≤ 1	.90 < TLI≤ .94
GFI	.95< GFI≤ 1	.90 < GFI≤ .94
AGFI	.95< AGFI≤ 1	.90 < AGFI≤ .94
RMR	0≤ RMR ≤.05	.05≤RMR≤.10
RMSEA	0 ≤ RMSEA ≤ .05	.05 ≤ RMSEA ≤ .08
CMIN/DF	0< χ2/sd ≤ 3	3< χ2/sd ≤ 5

Kaynak: Gürbüz ve Şahin, 2014; Hooper, Coughan ve Mullen, 2008; İpek ve Kan, 2019; Kline, 2011; Schumacher ve Lomax, 2004; Seçer, 2015; Korucuk, 2023; Xia ve Yang, 2019.

DFA sonrasında doğrulanan ve kabul edilen yapının ölçüt geçerliğinin kontrol edilebilmesi amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Bunun yanında 2. ve 3. çalışma gruplarından elde edilen verilerin güvenirlik kontrolleri için hesaplanan CAα ile iki-yarı test değerlerinin referans aralıkları ile karşılık geldikleri anlamlarına Tablo 3'de yer verilmiştir.

Tablo 3. *a Referans Aralıklar ve Aralıkların Değerleri*

α Referans Aralıklar	Değer
.0≤α≤.4	Güvenilir Düzeyde Değildir.
.4≤α≤.6	Düşük Güvenilir Düzeydedir.
.6≤α≤.8	Güvenilir Düzeydedir.
.8≤α≤1.0	Yüksek Derecede Güvenilir Düzeydedir.

Kaynak: Can, 2018; Özdamar, 1997; Yaşar, 2014

Çalışmada tüm gruplar farklı bireylerden oluşmuş, katılımcı bilgileri gizli tutulmuş ve bilimsel etik ilkelere uygun hareket edilmiştir. Bunun yanında bir devlet üniversitesi tarafından etik kurul uygunluk raporu edinilmiştir.

Bulgular ve Yorum

Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği'nin geliştirilmesi sürecinde TSADÖ Ön Uygulama ve Son Uygulama Formu ile iki farklı gruptan elde edilen verilere istatistiksel analiz uygulanmıştır. Dolayısıyla araştırma bulgularının "Ön Uygulama Kapsamında Ulaşılan Bulgular" ve "Son Uygulama Kapsamında Ulaşılan Bulgular" olmak üzere iki başlık altından sunulması uygun görülmüştür.

Ön Uygulama Kapsamında Ulaşılan Bulgular

Ön uygulama kapsamında 71 maddeden oluşan ölçek formu ile 246 tüketiciden veri elde edilmiştir. Veri toplama aracının yapı geçerliğinin sağlanabilmesi ve alt boyutlarının tespit edilebilmesi amacıyla Açımlayıcı Faktör Analizi-AFA yapılmıştır. AFA öncesinde örneklemin ve 246 kişiden oluşan veri setinin AFA'ya uygunluğunun tespit edilebilmesi amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testi ile ön analiz süreci yürütülmüş ve ulaşılan değerlere Tablo 4'de yer verilmiştir.

Tablo 4. *KMO ve Barlett Test Sonuçları*

Kaiser Meyer Olkin	.909		
Barlett Test Değeri	**χ^2=** 7161.117,	***p*=** .000,	sd.=666

Tablo 4'de görüldüğü gibi ölçek ön uygulama formu ile elde edilen verilere ait KMO değeri=.909 ve Barlett Test değeri 7161.117 'tir. Bu değerler Field'e (2000)**,** Pallant (2017) ile Tabachnick ve Fidell (2001)'e göre ön uygulama verilerinin AFA'ya uygun olduğunu ortaya koymaktadır. AFA uygulanırken binişiklik sorunu bulunan (*aralarında .10'dan az fark olan ve birden çok boyutta konumlanan*) ve faktör yükü .50'den az olan maddeler formdan çıkartılmıştır. Nihai olarak 71 maddelik ilk formdan 34 madde

çıkartılmış ve 37 madde ile AFA sürdürülmüştür. AFA'da belirlenen yapı ve alt boyutlara Tablo 5'de yer verilmiştir.

Tablo 5. *TSADÖ AFA Sonuçları*

	Maddeler	Boyutlar				M.
		1	2	3	4	Kor.
40	Yerli malı kullanılması benim için son derece önemlidir. M_1	.901				.846
38	Önceliğim yerli ürünlerdir. M_2	.895				.808
34	Satın alacağım ürünün yerli imkanlarla üretilmiş olmasına dikkat ederim. M_3	.893				.843
32	Satın alma kararlarımın temelinde yerlilik-millîlik vardır. M_4	.891				.813
33	Satın alacağım ürünün millî unsurlarla üretilmesi önemlidir. M_5	.867				.804
35	Satın alma sürecinde ilk tercihim kendi ülkemde üretilen üründür. M_6	.854				.746
41	Satın alma sürecinde aynı ürünler arasından öncelikle yerli olanı seçerim. M_7	.851				.763
31	Satın alma sürecinde öncelikle yerli üretim olanı tercih ederim. M_8	.850				.769
39	Millî imkanlarla üretilen ürünlere daha fazla güvenirim. M_9	.850				.750
37	Bir ürünün yerli üretim olması onu satın almam için yeterlidir. M_{10}	.826				.728
36	Millî imkanlarla üretilen bir ürüne eşdeğeri olan ürünlerden daha fazla ücret ödemeyi göze alırım. M_{11}	.742				.633
15	Ürün satın alma tercihimde gösterişli olana öncelik veririm. M_{12}		.823			.749
19	Satın alacağım ürünün gösterişli bir ambalaja sahip olmasına önem veririm. M_{13}		.805			.609
16	Ürün satın alırken ambalajındaki parlak renkler o ürünü tercih etmemi sağlar. M_{14}		.797			.657
20	Satın alacağım ürünün tasarımının güzel olması son derece önemlidir. M_{15}		.794			.683
17	Satın alma sürecinde ürünlerin ambalajları tercihlerimi etkiler. M_{16}		.772			.632
21	Satın alacağım üründe tasarıma önem veririm. M_{17}		.760			.683
14	Ürünün ambalajının gösterişli olması satın almamı sağlar. M_{18}		.752			.655
23	Satın alma sürecinde tasarım benim için en önemli unsurdur. M_{19}		.729			.614
22	Bir ürünün tasarımının güzel olması onu satın almamı sağlar. M_{20}		.728			.662
7	Satın alacağım ürünlerin tüketim sonrasında geri dönüşüme gönderilebilir olmasına dikkat ederim. M_{21}			.838		.722
6	Satın alacağım ürünlerin geri dönüştürülebilir malzemeden üretilmesi benim için önemlidir. M_{22}			.826		.726
13	Ürün ambalajının çevre dostu olmasına dikkat ederim. M_{23}			.807		.698
12	Satın alacağım ürünlerin doğaya zararlı atık üretmemesine dikkat ederim. M_{24}			.801		.664
8	Satın alma sürecinde ürünlerin doğada ayrıştırılabilir olması o ürünü tercih etmemi sağlar. M_{25}			.800		.678
10	Ürün satın alırken çevreye zarar vermeden üretilenleri tercih ederim. M_{26}			.786		.618
9	Bir ürünün fiyatı yüksek olsa bile öncelikle çevreci olanı (doğaya zarar vermeyeni) tercih ederim. M_{27}			.743		.630
4	Tüketim davranışlarımda çevreye zarar vermeyecek ürünleri almaya özen gösteririm. M_{28}			.742		.598
2	Satın alacağım ürünlerin çevreye zarar vermemesine önem veririm. M_{29}			.737		.617
3	Ürün satın alırken yeşil ürün (doğaya uyumlu) olmasına dikkat ederim. M_{30}			.734		.555
5	Satın alacağım ürünlerde fosil yakıt tüketiminin minimum düzeyde olmasına özen gösteririm. M_{31}			.723		.541
48	Satın alma sürecinde ilk dikkat ettiğim nokta ürünün fiyatıdır. M_{32}				.856	.695
43	Satın alacağım ürünün fiyatı en önemli noktasıdır. M_{33}				.854	.710
47	Düşük fiyatlı olan ürünleri tercih ederim. M_{34}				.784	.606
44	Ucuz olan ürünü satın alırım. M_{35}				.765	.594
42	Satın alma sürecinde öncelikle ürünün fiyatına bakarım. M_{36}				.740	.581
45	Satın alacağım ürünün fiyatının uygun (ekonomik) olması önemlidir. M_{37}				.717	.522

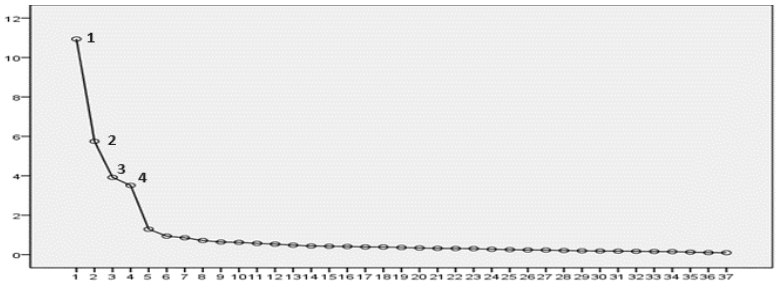
Tablo 5'de görüldüğü gibi TSADÖ'nün AFA sonucunda dört boyutlu olduğu tespit edilmiştir. TSADÖ ilk boyutunun 11 maddeden, ikinci boyutunun 9 maddeden, üçüncü boyutunun 11 maddeden ve dördüncü boyutunun 6 maddeden oluştuğu tespit edilmiştir. TSADÖ boyutları sırasıyla 1.Yeşil Tüketim Boyutu, 2.Görsel Tüketim Boyutu, 3.Yerli/Millî Tüketim Boyutu ve 4.Fiyat Boyutu isimlendirilmiştir. 1.Yeşil Tüketim Boyutunun sahip olduğu madde faktör yüklerinin .901-.742; 2.Görsel Tüketim Boyutunun sahip olduğu madde faktör yüklerinin .823-.728; 3.Yerli/Millî Tüketim Boyutunun sahip olduğu madde

faktör yüklerinin .838-.723; 4.Fiyat Boyutunun sahip olduğu madde faktör yüklerinin .856-.717 aralığında olduğu belirlenmiştir. Tabloda ulaşılan bir diğer bulgu ise madde korelasyonlarının .522 ile .846 aralığında değişmesidir. Bu bulgu Büyüköztürk (2018)'e göre TSADÖ'ye ait 37 maddenin tamamının ölçek için önemli olduğunu ortaya koymaktadır. TSADÖ'nün dört boyutlu yapısının açıklanan varyans yükleri Tablo 6'da belirtilmiştir.

Tablo 6. *TSADÖ Açıklanan Varyans Yükleri*

Boyutlar	Madde Sayısı	Varyans Yükleri
1.Yeşil Tüketim Boyutu	11	29.56
2.Görsel Tüketim Boyutu	9	15.54
3.Yerli/Millî Tüketim Boyutu	11	10.59
4.Fiyat Boyutu	6	9.50
TOPLAM	**37**	**65.19**

Tablo 6'da TSADÖ'nün birinci boyutu olan 1.Yeşil Tüketim Boyutunun açıkladığı varyans yükünün %29.56; ikinci boyutu olan 2.Görsel Tüketim Boyutunun açıkladığı varyans yükünün %15.54; üçüncü boyutu olan 3.Yerli/Millî Tüketim Boyutunun açıkladığı varyans yükünün %10.59 ve dördüncü boyutu olan 4.Fiyat Boyutunun açıkladığı varyans yükünün %9.50 olduğu görülmektedir. TSADÖ'nün açıkladığı toplam varyans yükünün ise %65.19 olduğu tespit edilmiştir. Sosyal bilimlerde ölçeklerin açıklayıcılığının yeterli olarak kabul edilebilmesi için en az %40 olması gerekmektedir (Pallant, 2017). Bu nedenle TSADÖ'nün sahip olduğu %65.19'luk açıklanan varyans yükünün oldukça yeterli olduğu ifade edilebilir. Bunun yanında AFA'da ulaşılan Yamaç Birikinti Grafiği'ne Şekil 4'te yer verilmiştir.



Şekil 4. *TSADÖ Yamaç Birikinti Grafiği*

Şekil 4'teki TSADÖ'ye ait Yamaç Birikinti Grafiği'nde 1, 2, 3 ve 4 rakamlarıyla belirtilen dört alt boyut olduğu rahatlıkla görülebilmektedir. Bunun yanında TSADÖ'nün dört boyutlu yapısı, AFA sonucunda ulaşılan yapıların özdeğerlerin karşılaştırılması yoluyla sınanmasına sağlayan (Watkins, 2000) MCPT ile de kontrol edilmiştir. MCPT'ye ilişkin bulgular Tablo 7'de belirtilmiştir.

Tablo 7. *TSADÖ MCPT Analizi Sonuçları*

Boyutlar	Başlangıç Özdeğerleri	MCPT- Rastlantısal Özdeğerler	Durum
1	10.938	1.8430	**Kabul**
2	5.748	1.7242	**Kabul**
3	3.918	1.6428	**Kabul**
4	3.513	1.5670	**Kabul**
5	1.287	1.5070	**Red**

Tablo 7'de görüldüğü gibi TSADÖ'nün AFA sonucunda ortaya çıkan dört boyutlu ve 37 maddeli yapısı kabul edilmiştir. TSADÖ'nün güvenirliğinin kontrol edilebilmesi amacıyla CAα ve iki-yarı uygulanmıştır. Analizlerde belirlenen değerler Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8. *TSADÖ Güvenirlik Analizi Sonuçları*

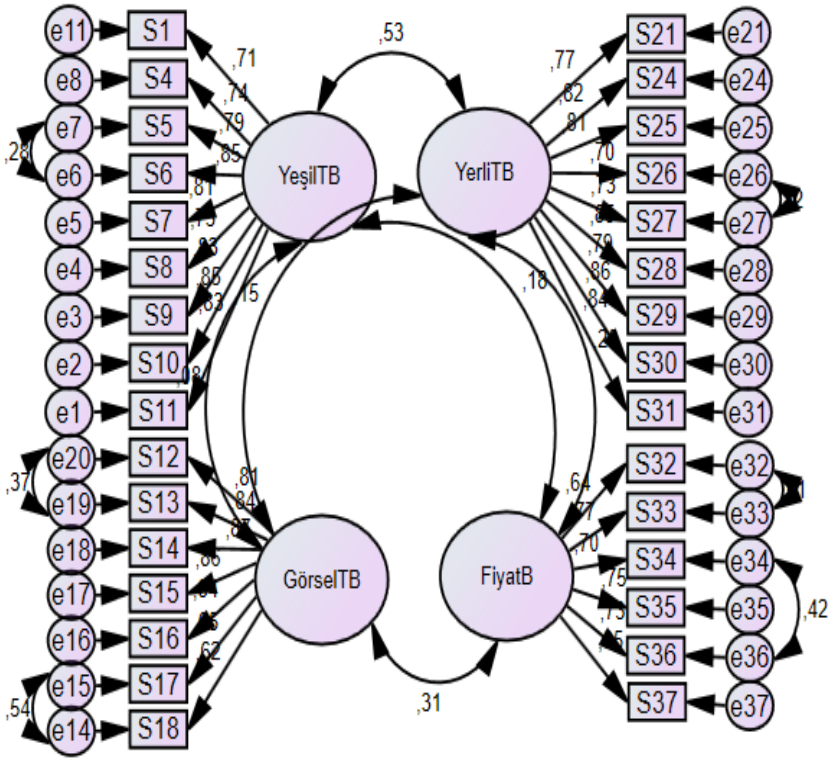
Güvenirlik Analizi Türü	Madde Sayısı	α
CAİTK	37	.919
Part 1	19	.871
Part 2	18	.909

Tablo 8'de görüldüğü gibi TSADÖ'ye ait α değerleri ölçeğin tamamı için .919, 19 maddeden oluşan Part 1 için .871 ve 18 maddeden oluşan ölçeğin Part 2 için .909 olarak tespit edilmiştir. Bu değerler Uzunsakal ve Yıldız (2018) tarafından belirtilen referans aralıklardadır ve ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

TSADÖ'nün geliştirilmesi için yürütülen ön uygulama sürecinde yapılan analizler-değerlendirmeler sonucunda dört boyut ve 37 maddeden oluşan TSADÖ Son Uygulama Formu ile son çalışma grubu olan 3. çalışma gurubuyla TSADÖ'nün geçerlik ve güvenirlik kontrollerine geçilmiştir.

Son Uygulama Kapsamında Ulaşılan Bulgular

TSADÖ'nün son uygulaması tesadüfi şekilde belirlenen ve 970 katılımcıdan meydana gelen 3. çalışma grubundan elde edilen veriler ile yürütülmüştür. 3. çalışma grubunun belirlenmesinde katılımcıların daha önce 1. ve 2. çalışma gruplarında yer almamasına ve ölçek son uygulama formunda yer alan toplam madde miktarının (37 madde) en az 10 katı kadar katılımcıya ulaşılmasına dikkat edilmiştir. Son uygulama sonucunda TSADÖ'nün sahip olduğu yapının kontrol edilmesi ve açık-örtük değişkenler arasındaki korelasyonun tespit edilebilmesi amacıyla (Brown, 2015; Hoyle, 2004; Şencan, 2005) DFA yapılmıştır. Şekil 5'te DFA sonuçları sunulmuştur.



Şekil 5. *TSADÖ DFA Sonuçları*

Şekil 5'de görüldüğü gibi TSADÖ'nün yapı geçerliğini bozan S2, S3, S19, S20, S22 ve S23 numaralı maddeler ölçekten çıkartılmıştır. Nihai aşamada 31 maddeden meydana gelen TSADÖ'nün Yeşil Tüketim Boyutu'na (YeşilTB-9 madde) ait madde faktör yükleri .71, .74, .79, .85, .87, .79, .83, .88, .83; Görsel Tüketim Boyutu'na (GörselTB-7 madde) ait madde faktör yükleri .81, .84, .87, .85, .84, .65, .62; Yerli/Millî Tüketim Boyutu'na (Yerli/Millî TB-9 madde) ait madde faktör yükleri .77, .82, .81, .70, .73, .85, .79, .86, .84; Fiyat Boyutu'na (FiyatB-6 madde) ait madde faktör yükleri .64, .77, .70, .75, .75, .75 şeklindedir. Yaşlıoğlu (2017) ile Jöreskog ve Sörbom, (1996) DFA sonucunda madde faktör yüklerinin .50'den büyük olmasının ilgili maddenin/maddelerin ölçeğin mevcut yapısı için manidar olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle TSADÖ'nün 31 maddesinin tamamının ölçeğin mevcut yapısı için anlamlı olduğu ifade edilebilir (<.50).

DFA sonucunda uyum indekslerinin daha iyi hale getirilebilmesi amacıyla S5-S6, S12-S13, S17-S18, S26-S27, S32-S33, S34-S36 numaralı maddelerde modifikasyon yapılmıştır. Modifikasyon sonucunda ulaşılan uyum indeksleri ile referans değerler Tablo 9'da açıklanmıştır.

Tablo 9. *Uyum İndeksleri*

İndeks	Referans		Ölçüm	Değer
	İyi (İ)	Kabul (K)		
χ2/SD	0<χ2/SD≤3	3<χ2/SD≤5	**3.591**	**K**
TLI	.95<TLI≤1	.90<TLI≤.94	**.95**	**İ**
RMSEA	0≤RMSEA≤.05	.05≤RMSEA≤.08	**.052**	**K**
RMR	0≤RMR≤.05	0.05≤RMR≤.10	**.050**	**İ**
NFI	.95<CFI≤1	.90<CFI≤.94	**.93**	**K**
IFI	.95<CFI≤1	.90<CFI≤.94	**.95**	**İ**
CFI	.95<CFI≤1	.90<CFI≤.94	**.95**	**İ**
GFI	.95<GFI≤1	.90<GFI≤.94	**.90**	**K**
AGFI	.90<AGFI≤1.00	.85<AGFI≤.90	**.89**	**K**
χ2			**1515.593**	
SD			**422**	

Tablo 9'da TSADÖ'ye ait uyum indeks değerlerinin χ2/SD=3.891, TLI=.95, RMSEA=.052, RMR=.050, NFI=.93, IFI=.95, CFI=.95, GFI=.90 ve AGFI=.89 olduğu görülmüştür. TSADÖ'nün uyum indekslerinin "kabul edilebilir" seviye ile "iyi" seviyede olması ölçeğin dört boyutlu yapısının uyum içerisinde olduğunu ve bu sebeple yapı geçerliğinin sağlandığını göstermektedir.

Yapı geçerliği kontrolünden sonra TSADÖ'nün ölçüt geçerliğinin sağlanabilmesi için alt boyutlar arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmış ve bu nedenle alt boyutlar arasındaki korelasyon katsayıları hesaplanmıştır.

Tablo 10. *TSADÖ Ölçüt Geçerliği (Korelasyon Katsayıları)*

Alt Boyutlar	Yeşil Tük. B.	Görsel Tük. B.	Yerli/Millî Tük. B.	Fiyat B.	TSADÖ
Yeşil Tük. B.	1	.085** .000**	.503** .000	.179** .000	.726** .000
Görsel Tük. B.		1	.147** .000	.268** .000	.540** .000
Yerli/Millî Tük. B.			1	.190** .000	.761** .000
Fiyat B.				1	.556** .000
TSADÖ					1

**p<.01

Tablo 10'da TSADÖ'nün alt boyutları arasında (p<.01) seviyesinde orta/düşük düzey pozitif yönlü; TSADÖ'nün alt boyutları ile geneli arasında (p<.01) seviyesinde orta/yüksek düzey-pozitif ilişki belirlenmiştir. Bu durum ölçek alt boyutlarının hem kendileriyle hem de TSADÖ'nün geneliyle bir uyum içerisinde olduğunu göstermektedir. Diğer bir ifadeyle TSADÖ'nün ölçüt geçerliğini karşıladığı belirtilebilir.

TSADÖ'nün son uygulaması sonucunda ulaşılan verilerin güvenirliklerinin denetlenebilmesi için ölçek geneli ile alt boyutlarına ait CAα hesaplanmış ve iki-yarı test uygulanmıştır. Ulaşılan güvenirlik katsayı değerleri Tablo 11'de belirtilmiştir.

Tablo 11. *TSADÖ Son Uygulamasına ait Güvenirlik Analizi Sonuçları*

Güvenirlik Analizi Türü	Alt Boyut/TSADÖ-Genel	Madde Sayısı	α
CAİTK	Yeşil Tüketim Boyutu	9	.939
	Görsel Tüketim Boyutu	7	.924
	Yerli/Millî Tüketim Boyutu	9	.940
	Fiyat Boyutu	6	.890
	TSADÖ-Genel	31	.919
İki Yarı Test	Part 1	16	.884
	Part 2	15	.893

Tablo 11'de görüldüğü gibi TSADÖ'nün alt boyutları ile geneline ait CAİTK katsayıları .890 ile .940 aralığındadır. Bunun yanında iki yarı test değerleri, Part 1=.884 ve Part 2=.893 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler Can (2018) ve Taber'e (2018) göre TSADÖ'nün yüksek güvenirlikte olduğu belirlenmiştir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

İşletmelerin hedeflerine ulaşabilmelerinde ve bu süreçte tüketici memnuniyetinin desteklenmesinde tüketici satın alma davranışlarının etkilendiği unsurların bilinmesi önem taşımaktadır. Başka bir ifadeyle tüketicilerin satın alma davranışlarına yön veren değişkenlerin belirlenebilmesiyle işletmeler ürettikleri mal ve hizmetlerde tüketici tercihlerine odaklı değişiklikler meydana getirerek hem örgütsel hedeflere ulaşılmasında hem de tüketici memnuniyetinde pozitif yönlü değişiklikler yaratılabilir (Ahuja, Gupta ve Raman, 2003; Akter, Ashrafi ve Waligo, 2021; Park ve Kim, 2003; Wunderlich, Gatto ve Smoller, 2018). Bu temelden hareketle tasarlanan bu çalışma ile tüketicilerin satın alma davranışlarını belirlemeyi amaçlayan geçerliği ve güvenirliği denetlenmiş bir ölçme aracının geliştirilerek ilgili alanyazına sunulması amaçlanmıştır.

Bu araştırmada anlaşılırlık kontrolü yapmak ve ön-son uygulama için veri toplamak amacıyla 1242 kişiden meydana gelen üç grupla çalışılmıştır. Ancak öncelikle Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği-TSADÖ'nün geliştirilmesinde ilgili yerli ve yabancı alanyazın incelenerek oluşturulan 78 maddelik ölçek formu alan uzmanlarının kontrolüne sunulmuştur. Yapılan uzman değerlendirmeleri sonrasında 71 maddeye indirilen ölçek formunun anlaşılırlığı birinci çalışma grubu olan 26 katılımcı tarafından değerlendirilmiştir. İlk çalışma grubuyla yapılan anlaşılırlık kontrollerinden sonra 71 maddeden oluşan Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği ön uygulama formu ile 246 tüketiciden oluşan 2. çalışma grubundan veri elde edilmiştir. 2. Çalışma gurubundan elde edilen verilere AFA, MCPT ile CAα /iki yarı test uygulanmıştır. Ön uygulama sürecinde uygulanan analizler sonucunda KMO test değerinin .909 ve Barlett test değerinin 7161,117; p=.000; sd.=666 olduğu tespit edilmiştir. KMO ve Barlett test değerlerinin verilerin AFA'ya uygunluğunu ortaya koymasından dolayı uygulanan AFA sonucunda 71 maddelik ilk formdan düşük faktör yükü ve binişiklik sorunu nedeniyle 34 madde çıkartılmış ve 37 maddeden oluşan 4 boyutlu yapı ortaya konmuştur. 4 boyutlu yapı MCPT ile de denetlenmiştir. Ulaşılan boyutlar, madde sayıları ve açıkladıkları varyans yükleri; 1.Yeşil Tüketim Boyutu (11 madde, %29.56), 2.Görsel Tüketim Boyutu (9 madde, %15.54), 3.Yerli/Millî Tüketim Boyutu (11 madde, %10.59) ve 4.Fiyat Boyutu (6 madde, %9.50) şeklindedir. TSADÖ'nün açıkladığı toplam varyans yükü %65.19'dur. %65.19 Pallant (2017)'ye göre TSADÖ'nün yeterli düzeyde açıklayıcılığa sahip olduğunu göstermektedir. Ön uygulamada ulaşılan verilerin güvenirliği CAα ve iki-yarı test ile kontrol edilmiş ve iç tutarlılık katsayısı ölçeğin tamamı için .919, Part 1 için .871 ve Part 2 için .909 olduğu belirlenmiştir. Bu değerler ölçeğin ön uygulamasıyla ulaşılan verilerin yüksek güvenilirlikte olduğunu ortaya koymaktadır.

Ön uygulama sonucunda 37 madde ve dört alt boyuttan oluşan TSADÖ'nün son uygulama formu hazırlanarak 970 bireyden oluşan 3. çalışma grubundan veri elde edilmiştir. 3. çalışma grubundan elde edilen verilere uygulanan DFA sonucunda düşük faktör yüküne sahip olan 6 madde (S2, S3, S19, S20, S22 ve S23) ölçekten çıkartılmıştır. Nihai aşamada 31 maddeden meydana gelen TSADÖ'nün alt boyutları: Yeşil Tüketim Boyutu (9 madde), Görsel Tüketim Boyutu (7 madde), Yerli/Millî Tüketim Boyutu (9 madde), Fiyat Boyutu (6 madde) şeklindedir. DFA sonucunda uyum indekslerinin daha iyi hale getirilebilmesi amacıyla S5-S6, S12-S13, S17-S18, S26-S27, S32-S33, S34-S36 numaralı maddelerde modifikasyon yapılmıştır. Modifikasyon sonrası ulaşılan uyum indeks değerlerinin $\chi 2/SD=3.891$, TLI=.95, RMSEA=.052, RMR=.050, NFI=.93, IFI=.95, CFI=.95, GFI=.90 ve AGFI=.89 olduğu görülmüştür. Bu değerler TSADÖ'nün 4 boyutlu yapısını doğrulamaktadır. TSADÖ'nün ölçüt geçerliği için alt boyutlar arasındaki korelasyon katsayıları hesaplanmış ve TSADÖ'nün alt boyutları arasında ($p<.01$) seviyesinde orta/düşük düzey pozitif yönlü; TSADÖ'nün alt boyutları ile geneli arasında ($p<.01$) seviyesinde orta/yüksek düzey pozitif yönlü ilişkiler olduğu ve ölçüt geçerliğinin sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır. TSADÖ'nün son uygulaması sonucunda ulaşılan verilerin güvenirliklerinin denetlenebilmesi için CAα hesaplanarak iki-yarı test ile kontrol edilmiş ve alt boyutları ile ölçeğin geneline ait CAα .890 ile .940 aralığındayken; iki yarı test değerleri, Part 1=.884 ve Part 2=.893 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler TSADÖ son uygulama formu ile elde edilen verilerin güvenirliğinin yüksek düzeyde olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

İlgili alanyazın incelendiğinde; İlban, Akkılıç ve Yılmaz'ın (2011) çalışmasında kullanmış olduğu Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği'nde beş boyut ve 17 madde bulunmaktadır. Ölçek pazarlama çabaları, ekonomik, sosyal, psikolojik, kişisel ve kültürel boyutlardan oluşmaktadır. Şahin, Çağlıyan ve Başer (2017)'in yapmış olduğu çalışmada kullandığı Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği tek boyut ve 10 maddeden oluşmaktadır. Yemez, Karaca ve Umut (2018)'un çalışmasında kullanmış olduğu Tüketici Satın Alma Ölçeği ise tek boyut ve 6 ifadeden oluşmaktadır. Al-kbat (2022) çalışmasında kulanmış olduğu Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği ise tek boyut ve 9 maddeden oluşmaktadır. Uygurtürk ve Kara

(2023) çalışmasında kullanmış olduğu Satın Alma Davranışı Ölçeği ise 9 boyut ve 22 maddeden oluşmaktadır. Ölçek mükemmeliyetçilik/ yüksek kalite odaklılık, marka odaklılık, moda odaklılık, fiyat odaklılık, düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik, alışkanlık/marka bağlılığı, bilgi karmaşası yaşama, sosyo-kültürel faktörler, alışveriş türü boyutlarından oluşmaktadır. Alhamad vd., (2023) çalışmasında kullanmış olduğu Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği ise tek boyut ve 3 maddeden oluşmaktadır. Alanyazında "Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği-TSADÖ" ile ilgili kullanılan ölçeklerin genellikle tek boyuttan meydana geldiği ve bu çalışmada ulaşılan alt boyutların daha önce geliştirilen tüketici satın alma davranışı ölçeklerinde yer almadığı görülmüştür. Geliştirilmiş olan veri toplama araçlarının alt boyutlarının genellikle "ölçek ekonomiklik, verimlilik, sosyal-deneysel, duygusal, kimlik, pazarlama çabaları, ekonomik, sosyal, psikolojik, kişisel ve kültürel, mükemmeliyetçilik/ yüksek kalite odaklılık, marka odaklılık, moda odaklılık, fiyat odaklılık, düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik, alışkanlık/marka bağlılığı, bilgi karmaşası yaşama, sosyo-kültürel faktörler, alışveriş türü" boyutlarından oluştuğu görülmektedir. Bu çalışmada ise bu alt boyutlardan farklı olarak "yeşil tüketim, görsel tüketim, yerli/millî tüketim ve fiyat" boyutlarına ulaşılmıştır. İlgili çalışmalar değerlendirildiğinde tüketici satın alma davranışlarını belirlemeye yönelik yeterli sayıda veri toplama aracına rastlanılmamıştır. Bu durum bu çalışmanın özgün ve önemli olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada geliştirilen Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği'nin (TSADÖ) ilgili alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak; bu çalışmada tüketicilerin satın alma davranışlarını belirlemeye yönelik uzman görüşleri/kontrolleri ve çeşitli istatistiksel teknikler vasıtasıyla geçerliği-güvenirliği denetlenmiş 4 alt boyut ve 31 maddeden meydana gelen "Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği" geliştirilerek alanyazına sunulmuştur (TSADÖ'ye Ek-1'de yer verilmiştir). Bu çalışmada TSADÖ geliştirilerek alanyazına kazandırılmış ve bunun yanında birtakım öneriler sunulması uygun görülmüştür: TSADÖ'nün ölçüt geçerliğinin tekrar sınanabilmesi amacıyla alanyazındaki diğer tüketici satın alma davranışı ölçekleri ile karşılaştırılması önerilebilir. Çalışma 3 grup ile toplamda 1242 kişi ile yürütülmüştür. Daha fazla örneklem ile çalışılarak benzer nitelikte bir ölçek geliştirilebilir. TSADÖ'nün uyarlaması yapılarak farklı dillere çevrilebilir ve böylelikle TSADÖ'nün uluslararası geçerliği arttırılabilir. Çalışmada ölçüt geçerliği TSADÖ'nün sınanabileceği ölçüt olarak kabul edilebilecek geçerli ve güvenilir güncel bir ölçme aracına rastlanamamasından dolayı ölçek alt boyutları ile ölçek bütünü arasındaki korelasyona bakılarak kontrol edilmiştir. Bu sebeple gelecek çalışmalarda TSADÖ ölçüt olarak kullanılabilir ve böylelikle daha sonra yapılacak benzer çalışmalarda ölçüt bulma sorununun üstesinden gelinmesine katkıda bulunulabilir.

Etik Beyan

"Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği: Geçerlik-Güvenirlik Çalışması." başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli olan etik kurul izinleri Kafkas Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'nun 08.05.2024 tarih ve 58 sayılı toplantısında alınmıştır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Consumer Purchasing Behavior Scale: Validity-Reliabilty Study*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. In addition, permission was obtained from the Kafkas University Social and Humanities Sciences Ethics Committee (Date: 08/05/2024 and Decision no: 58) to conduct the research

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Ahuja, M., Gupta, B., ve Raman, P. (2003). An empirical investigation of online consumer purchasing behavior. *Communications of the ACM*, *46*(12), 145-151.

Akbarov, S. (2022). Consumer ethnocentrism and purchasing behavior: moderating effect of demographics. *Journal of Islamic Marketing*, *13*(4), 898-932.

Akbaş, H. ve Kırkbir, F. (2015). Hazır giyim sektörüne yönelik reklam içerikli kısa mesajların (sms) tüketici satın alma karar sürecine etkisinin araştırılması: Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencileri ile bir uygulama. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, 5*(9), 95-116.

Akter, S., Ashrafi, T., ve Waligo, V. (2021). Changes in consumer purchasing behavior due to COVID-19 pandemic. *Journal of Marketing and Consumer Research*, *77*, 33-46.

Aktuğlu, I. K. (2006). Tüketicinin bilgilendirilmesi sürecinde reklam etiği. *Küresel İletişim Dergisi*, (2), 1-20.

Alhamad, A. M., Ahmed, E. R., Akyürek, M. ve Baadhem, A. M. S. (2023). Green marketing and attitude affect the consumer buying behavior of green product in turkey. *Indikator*, *7*(2), 1-16.

Alghamdi, O. A., ve Agag, G. (2024). Understanding Factors Affecting Consumers' Conscious Green Purchasing Behavior. *Sustainability*, *16*(2), 705.

Ali, B. J., ve Anwar, G. (2021). Marketing Strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision. *International journal of Rural Development, Environment and Health Research*, *5*(2), 26-39.

Al-kbat, S. (2022). Elektronik Reklamlarının Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, *4*(2), 173-185.

Alkhizar, M., ve Vidani, J. (2024). Exploring the factors influencing consumer buying behavior of LG products: A comprehensive study. *Journal of Advanced Research in Economics and Business Management*, *6*(2).

Awuy, M., Lapian, S. J., ve Wangke, S. (2024). The influences of brand ambassador and brand awareness on consumer purchase decision of nature republic skincare in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *12*(01), 662-671.

Arslan, K. (2003). Otomobil alımında tüketici davranışlarını etkileyen faktörler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, 2*(3), 83-103.

Bandalos, D. L., ve Finney, S. J. (2010). Factor analysis: Exploratory and confirmatory. In G. R. Hancock ve R. O. Mueller (Eds.), *The reviewer's guide to quantitative methods in the social sciences* (pp. 93-114). New York, NY: Routledge.

Baidoun, S. D., ve Salem, M. Z. (2024). Factors affecting consumer post COVID-19 online shopping behavior: The moderating role of commitment–evidence from Palestine. *Journal of Strategic Marketing*, *32*(3), 358-373.

Bayazıt, A. ve Akkaya, N. S. (2022). Covid-19 salgınına bağlı değişen tüketici satın alma davranışı: Panik satın alma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *14*(3), 1859-1879.

Bilge, A. ve Göksu, N. (2010). *Tüketici davranışları.* Gazi Kitabevi.

Brown, J. D. (2009). Choosing the right type of rotation in PCA and EFA. *Shiken: JALT Testing ve Evaluation SIG Newsletter, 13*(3), 20 – 25.

Brown, T. A. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research*. USA: Guilford Publications.

Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı istatistik, araştırma deseni SPSS uygulamaları ve yorum.* (24. Baskı). Pegem Akademi.

Can, A. (2018). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi* (6. Basım). Pegem Akademi.

Costello, A. B., ve Osborne, J. W. (2005). Exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research and Evaluation, 10*(7), 1-9.

Çabuk, S. ve Keleş, C. (2008). Tüketicilerin yeşil ürün satın alma davranışlarının sosyo demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *17*(1), 85-102.

Çetinkaya, S. (2019). *Markaların sosyal medya kullanımı ve tüketici satın alma davranışları ilişkisi üzerine inceleme: İnstagram örneği.* (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Anabilim Dalı, Konya.

Deepak, K. A. ve Velaudham, C. (2019). Marital differences towards consumer buying behaviour. *Ajanta*, *8*(2), 36-45.

Ekinci, D. K. (2019). Tüketim kültürü ve ikna bağlamında reklamda retorik figürlerin kullanımı üzerine bir inceleme. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi,* (Özel Sayı), 659-677.

Erkuş, A. (2016). *Psikolojide ölçme ve ölçek geliştirme 1 temel kavramlar ve işlemler*. Pegem Akademi.

Fabrigar, L. R., ve Wegener, D. T. (2011). *Exploratory factor analysis*. Oxford University Press.

Feder, T., McAndrew, S., O'Brien, D., ve Taylor, M. (2023). Cultural consumption and Covid-19: evidence from the Taking Part and COVID-19 Cultural Participation Monitor surveys. In *Lockdown Leisure* (pp. 38-55). Routledge.

Field, A. (2000). *Discovering statistics using SPSS for Windows*. Sage Publications.

Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS*. (2nd Edition). Sage Publications.

Gajjar, N. B. (2013). Consumer behavior and the process of purchase decision. *International Journal of Research in Management and Pharmacy (IRJMP)*, 2320-0901.

Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe-yöntem-analiz*. Seçkin Yayıncılık.

Gülaçtı, F. (2022). Beş faktör kişilik modelinin tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisi: Otomobil sektöründe ampirik bir çalışma. (Doktora Tezi). Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Düzce.

Harrington D. (2009). *Confirmatory factor analysis*. Oxford University Press.

Hasan, H. H., ve Rahim, S. A. (2008). Factors affecting online purchasing behavior. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, *24*(1), 1-19.

Hooper, D., Coughlan, J., ve Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods, 6*(1), 53-60.

Hooper, D. (2012). *Exploratory factor analysis*. In Chen, H. (Ed.), Approaches to quantitative research-theory and its practical application: A guide to dissertation students. Oak Tree Press.

Hox, J. J. (2021). Confirmatory factor analysis. *The Encyclopedia of Research Methods in Criminology and Criminal Justice*, *2*, 830-832.

Hoyle, R. H. (2004). Confirmatory factor analysis. In M. Lewis-Beck, A. Bryman ve T. Liao (Eds.). *Encylopedia of social sciences research methods* (pp. 169-175). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Huang, Z., ve Benyoucef, M. (2017). The effects of social commerce design on consumer purchase decision-making: An empirical study. *Electronic Commerce Research and Applications*, *25*, 40-58.

İlban, M., Akkılıç, M., ve Yılmaz, Ö. (2011). Termal turizmde tüketici satın alma davranışını etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Gönen örneği-determınatıon of the factors affectıng consumer purchase behavıor ın thermal tourısm. *Öneri dergisi*, *9*(36), 39-51.

İpek, S., ve Kan, A. (2019). Türkçeyi yabancı dil olarak öğretenlerin teknolojiye yönelik tutumlarının belirlenmesine ilişkin bir ölçek geliştirme çalışması. *International Journal of Language Academy, 7*(4), 107-123. DOI: http://dx.doi.org/10.29228/ijla.36896.

Jöreskog, K. G., ve Sörbom, D. (1996). *LISREL 8 user'sreferenceguide*. Scientific Software.

Kanwal, M., Burki, U., Ali, R., ve Dahlstrom, R. (2022). Systematic review of gender differences and similarities in online consumers' shopping behavior. *Journal of Consumer Marketing*, *39*(1), 29-43.

Kardes, F.R., Cronley, M.L. ve Cline, T.W. (2011). *Consumer behaviour*. United Kingdom: South Western Cengage Learning.

Kaufmann, H.R. ve Panni, M. F. A. K. (2017). *Socio-economic perspectives on consumer engagement and buying behavior*. USA: IGI Global.

Kline, R. B. (2011). *An easy guide to factor analysis*. The Guilford Pres.

Koç, E. (2013). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım*. (5. Baskı). Ankara: Seçkin Kitabevi

Koç, E. (2015). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım* (6. Baskı). Ankara: Seçkin Kitabevi.

Korucuk, M. (2023). Uzaktan eğitim tutum ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Millî Eğitim Dergisi*, *52*(238), 1133-1156.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., ve Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. (4th European Edition). Harlow: Pearson

Kotler, P. (1984). *Pazarlama yönetimi: çözümleme planlama ve denetim* (Çev. E. Yaman). İstanbul: Beta Yayınevi.

Le, Q. H. (2021). Factors affecting consumer purchasing behavior: A green marketing perspective in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *8*(5), 433-444.

Maksudunov, A. (2008). Family influence on consumer home appliances purchasing behavior: An empirical study in Kyrgyzstan. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *10*(19), 59-68.

Marjanović, B. (2023). Does marketing create needs? A question with a simple but unsatisfactory answer. In *42nd International Conference on Organizational Science Development: Interdisciplinarity Counts* (pp. 649-659). Maribor: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.

Miklošík, A. (2015). Changes in purchasing decision-making process of consumers in the digital era. *European Journal of Science and Theology*, *11*(6), 167-176.

Mishra, M., Kushwaha, R., ve Gupta, N. (2024). Impact of sales promotion on consumer buying behavior in the apparel industry. *Cogent Business ve Management*, *11*(1), 2310552.

Mutmainah, I., ve Wahidhani, E. H. (2024). Examining the Determinant of Purchase Intention and Purchase Decision for Green Product: SEM Analysis. *Apollo: Journal of Tourism and Business*, *2*(1), 133-147.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd Edition). McGraw-Hill.

Odabaşı, Y. (2002). *Tüketici davranışı*. İstanbul: Mediacat Yayınları.

Olbrich, R., ve Holsing, C. (2011). Modeling consumer purchasing behavior in social shopping communities with clickstream data. *International Journal of Electronic Commerce*, *16*(2), 15-40.

Onurlubaş, E., ve Öztürk, D. (2018). Sosyal medya uygulamalarının Y kuşağı satın alma davranışı üzerine etkisi: Instagram örneği. *OPUS International Journal of Society Researches*, *9*(16), 984-1016.

Oyekunle, O. T., ve Salome, I. O. (2024) Effect of marketing mix on consumer purchase decision of fast moving consumer goods (FMCG) in osun state. *International Journal of Marketing and Management Sciences, 4*(1), 169-186.

Özcan, S. O. (2010). İnternet pazarlama faaliyetlerinde tüketici satın alma karar süreci. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, *1*(2), 29-39.

Özdamar, K. (1997). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Pallant, J. (2017). *SPSS kullanma klavuzu SPSS ile adım adım veri analizi*. (Çev. Sibel Balcı, Berat Ahi). Anı Yayıncılık.

Park, C. H., ve Kim, Y. G. (2003). Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. *International Journal of Retail ve Distribution Management*, *31*(1), 16-29.

Pasaribu, J. P. K., Nadapdap, J. P., Trisilo, R. G., Rahman, A. H., and Ismayanti, P. (2024). Behaviour change: The impact of consumer trust on product purchase decision making. *Sebelas Maret Business Review*, *9*(1), 31-38.

Ramya, N. ve Ali, S. M. (2016). Factors affecting consumer buying behavior. *International journal of applied research*, *2*(10), 76-80.

Prasath, P., ve Yoganathen, A. (2018). Influence of social media marketing on consumer buying decision making process. *SLIS Student research journal*, *1*(1), 1-12.

Salvatore, F. P., Adamashvili, N., and Conto, F. (2022). Factors affecting consumer purchasing behavior of functional food: a comparative analysis for consumer management. *British Food Journal*, *124*(5), 1519-1536.

Savaş, B. ve Günay, G. (2016). Tüketici- tüketici etkileşiminin, tüketicilerin satın alma sonrası memnuniyet düzeyleri üzerine etkisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, 51*(2), 47-78

Schiffman L., G. ve Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior*. England: Pearson Education Limited, Global Edition.

Schiffman, L. G., ve Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson.

Schumacher, R., ve Lomax, R. (2004). *A beginner's guide to structual equation modeling*. Lawrence Erlbaum Associates.

Seçer, İ. (2015). *Psikolojik test geliştirme ve uyarlama süreci SPSS ve LISREL uygulamaları*. Anı Yayıncılık.

Sheblı, N. M. (2019). *Tv reklamlarının tüketici satın alma davranışı ve algısına etkisi: Libyalı tüketiciler üzerinde bir araştırma*. (Doktora Tezi). Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kastamonu.

Sherman, E., Mathur, A., ve Smith, R. B. (1997). Store environment and consumer purchase behavior: Mediating role of consumer emotions. *Psychology ve Marketing*, *14*(4), 361-378.

Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.

Syrjälä, H., Ruiz, C. D., Leipämaa-Leskinen, H., ve Luomala, H. T. (2025). From consumers to consumption: The socio-technical assemblage of the persona in market segmentation. *Journal of Business Research*, *194*, 115387. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115387

Şahin, E., Çağlıyan, V., ve Başer, H. H. (2017). Sosyal medya pazarlamasının tüketici satın alma davranışına etkisi: Selçuk üniversitesi İ.İ.B.F örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10*(4), 67-86.

Şeker, H. ve Gençdoğan, B. (2014). *Psikolojide ve eğitimde ölçme aracı geliştirme*. Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.

Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenirlik ve geçerlik*. Seçkin Yayıncılık.

Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2001). *Using multvariate statistic* (4th. Ed.). Ally ve Bacon.

Taber, K. S. (2018). The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education, 48*, 1273-1296.

Taylor, C. R., Rajabi, M., Rathee, S., ve Zamani, S. (2025). The impact of self-identification with global consumer culture on eWOM generation: a test of global consumer culture theory. *Journal of Marketing Communications*, *31*(2), 204-230.

Topçu, T. ve Yeniçeri, T. (2024). Algılanan Kıtlık Durumunun ve Demografik Özelliklerin Tüketicinin Panik Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *26*(4), 1690-1707.

Turan, İ., Şimşek, Ü., ve Aslan, H. (2015). Eğitim araştırmalarında likert ölçeği ve likert-tipi soruların kullanımı ve analizi. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (30), 186-203.

Uslu, Ş. (2005). Tüketicilerin alışveriş merkezlerini tercih etmelerindeki nedenler. *Pazarlama Dünyası, 2*(19), 54-63.

Uygurtürk, H. ve Kara, C. (2023). Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen unsurların demografik faktörler açısından değerlendirilmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *10*(2), 629-648.

Uzunsakal, E., ve Yıldız, D. (2018). Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, *2*(1), 14-28.

Watkins, M.W. (2000). *Monte Carlo PCA for parallel analysis-computer software*. Ed ve Psych Associates.

Wunderlich, S., Gatto, K., and Smoller, M. (2018). Consumer knowledge about food production systems and their purchasing behavior. *Environment, Development and Sustainability*, *20*, 2871-2881.

Xia, Y., ve Yang, Y. (2019). RMSEA, CFI, and TLI in structural equation mode ling with ordered categorical data: The story they tell depends on the estimation methods. *Behavior Research Methods, 51*, 409-428. DOI: https://doi.org/10.3758/s13428-018-1055-2.

Vidal-Ayuso, F., Akhmedova, A., ve Jaca, C. (2023). The circular economy and consumer behaviour: Literature review and research directions. *Journal of Cleaner Production*, *418*, 137824. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137824

Yapraklı, Ş., ve Gül, B. (2021). Tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve ürün ilgileniminin online satın alma davranışı üzerindeki etkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *9*(5), 1507-1534.

Yaşar, M. (2014). İstatistiğe yönelik tutum ölçeği: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 36*, 59-75.

Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Özel Sayı,* (46), 74-85.

Yemez, İ., Karaca, Ş. ve Umut, M. Ö. (2018). Özel gün indirimlerinin tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (16), 413-436.

Yıldırım, Y. (2016). Tüketicinin satın alma karar sürecinde bilgi kaynakları ve güvenirlikleri: Referans grubu olarak yakın çevrenin etkisinin incelenmesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, *7*(1), 214-231.

EXTENDED ABSTRACT

Consumer buying behavior refers to the processes of selecting, purchasing, and using products or services to meet an individual's needs and desires. Consumer buying behavior can have significant consequences at both micro and macroeconomic levels. Understanding consumer behavior can help companies develop more effective marketing strategies and gain competitive advantage. There are some factors that affect consumer buying behavior. Consumers exhibit consumption behavior as a result of the interaction between the sociological structure and the market dynamics in which they live. Consumer behavior is defined as the process by which decision-makers acquire, consume, and dispose of products, services, and ideas. A review of the literature highlights that identifying the underlying factors of consumer purchasing

behavior can contribute to both businesses achieving their goals and enhancing consumer satisfaction. However, there are a limited number of measurement tools available in the literature to assess consumer purchasing behavior. Therefore, this study aims to develop a measurement tool with tested validity and reliability. The Consumer Purchasing Behavior Scale (CPBS) developed in this study can provide valuable insights for industry professionals in the field of marketing and researchers conducting marketing studies. In this research, three groups were studied to check comprehensibility and collect data for pre-post application. The first study group consisted of 26 participants. After the comprehensibility checks made with the first study group, data was obtained from the second study group consisting of 246 consumers with the Consumer Purchasing Behavior Scale pre-application form consisting of 71 items. At this stage, the validity/reliability of the data obtained in the preliminary application (Exploratory Factor Analysis-EFA, Monte Carlo Parallelism Test-MCPT and Cronbach Alpha internal consistency coefficient-α/half-test) were tested. As a result of the pre-application, the CPBS final application form, which has a structure of 37 items and four sub-dimensions, was prepared and data was obtained from the 3rd study group. Confirmatory Factor Analysis-CFA, correlation analysis and reliability analyzes were applied to the data obtained from the 3rd study group. In the process of developing the Consumer Purchasing Behavior Scale, first of all, literature review, item writing, expert opinion, language checks and comprehensibility checks were carried out with the first study group. Thus, the content and face validity of the CPBS were examined and the preliminary application form was finalized. In this study, various statistical procedures were applied to the data obtained from the 2nd and 3rd study groups using SPSS 22 and AMOS 20. After the comprehensibility checks made with the first study group, data was obtained from the second study group consisting of 246 consumers with the Consumer Purchasing Behavior Scale pre-application form consisting of 71 items. 2. EFA, MCPT and Cronbach Alpha internal consistency coefficient-α/split half test were applied to the data obtained from the study group. As a result of EFA, 34 items were removed from the first form of 71 items due to low factor loading and overlap problem, and a 4-dimensional structure consisting of 37 items was revealed. The dimensions reached, the number of items and the variance loads they explain; 1. Green Consumption Dimension (29.56%), 2. Visual Consumption Dimension (15.54%), 3. Local / National Consumption Dimension (10.59%) and 4. Price Dimension (9.50%) It is in the form. The total variance load explained by CPBS is 65.19%. As a result of the pre-application, the final application form of CPBS, consisting of 37 items and four sub-dimensions, was prepared and data was obtained from the 3rd study group consisting of 970 individuals. As a result of CFA applied to the data obtained from the 3rd study group, 6 items with low factor loadings were removed from the scale. The sub-dimensions of CPBS, which consists of 31 items at the final stage, are: Green Consumption Dimension (9 items), Visual Consumption Dimension (7 items), Local / National Consumption Dimension (9 items), Price Dimension (6 items). As a result of the DFA, 6 items were removed from the scale and the compliance index values reached were $\chi 2/SD=3.891$, TLI=.95, RMSEA=.052, RMR=.050, NFI=.93, IFI=.95, CFI=.95, GFI=.90 and AGFI=89 was found to be. These values confirm the 4-dimensional structure of CPBS. The criterion validity of CPBS was also tested and it was concluded that the criterion validity was achieved. In addition, it was concluded that the reliability of the data obtained as a result of the pre- and post-application of CPBS was at a high level. In conclusion, this study developed and introduced the "Consumer Purchasing Behavior Scale (CPBS)", consisting of 4 sub-dimensions and 31 items, whose validity and reliability were verified through expert evaluations and various statistical techniques to assess consumer purchasing behavior. The CPBS is included in the appendix for easy access and use in future studies.

EK-1. Tüketici Satın Alma Davranışı Ölçeği

TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞI ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Yeşil Tüketim Boyutu					
1. Satın alacağım ürünlerin çevreye zarar vermemesine önem veririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2. Satın alacağım ürünlerde fosil yakıt tüketiminin minimum düzeyde olmasına özen gösteririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3. Satın alacağım ürünlerin geri dönüştürülebilir malzemeden üretilmesi benim için önemlidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4. Satın alacağım ürünlerin tüketim sonrasında geri dönüşüme gönderilebilir olmasına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5. Satın alma sürecinde ürünlerin doğada ayrıştırılabilir olması o ürünü tercih etmemi sağlar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6. Bir ürünün fiyatı yüksek olsa bile öncelikle çevreci olanı (doğaya zarar vermeyeni) tercih ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7. Ürün satın alırken çevreye zarar vermeden üretilenleri tercih ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8. Satın alacağım ürünlerin doğaya zararlı atık üretmemesine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9. Ürün ambalajının çevre dostu olmasına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Görsel Tüketim Boyutu					
10. Ürünün ambalajının gösterişli olması satın almamı sağlar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11. Ürün satın alma tercihimde gösterişli olana öncelik veririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12. Ürün satın alırken ambalajındaki parlak renkler o ürünü tercih etmemi sağlar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13. Satın alma sürecinde ürünlerin ambalajları tercihlerimi etkiler.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14. Satın alacağım ürünün gösterişli bir ambalaja sahip olmasına önem veririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15. Satın alacağım ürünün tasarımının güzel olması son derece önemlidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16. Satın alacağım üründe tasarıma önem veririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Yerli/Millî Tüketim Boyutu					
17. Satın alma sürecinde öncelikle yerli üretim olanı tercih ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18. Satın alacağım ürünün yerli imkanlarla üretilmiş olmasına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19. Satın alma sürecinde ilk tercihim kendi ülkemde üretilen üründür.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20. Millî imkanlarla üretilen bir ürüne eşdeğeri olan ürünlerden daha fazla ücret ödemeyi göze alırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21. Bir ürünün yerli üretim olması onu satın almam için yeterlidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22. Önceliğim yerli ürünlerdir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23. Millî imkanlarla üretilen ürünlere daha fazla güvenirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24. Yerli malı kullanılması benim için son derece önemlidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25. Satın alma sürecinde aynı ürünler arasından öncelikle yerli olanı seçerim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Fiyat Boyutu					
26. Satın alma sürecinde öncelikle ürünün fiyatına bakarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27. Satın alacağım ürünün fiyatı en önemli noktasıdır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28. Ucuz olan ürünü satın alırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29. Satın alacağım ürünün fiyatının uygun (ekonomik) olması önemlidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30. Düşük fiyatlı olan ürünleri tercih ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
31. Satın alma sürecinde ilk dikkat ettiğim nokta ürünün fiyatıdır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Oğuzların Astanası Yengikent: Yazılı Metinler, Arkeolojik Bulgular ve Tarihsel Coğrafya Bağlamında Bir İnceleme

Kadir ŞAHİN[1]

Öz

Orta Çağ döneminde Türkistan'ın en önemli yerleşim merkezlerinden biri olan Yengikent, iç dinamikleri ve çevresindeki siyasi yapılarla kurduğu ilişkiler sayesinde önemli bir tarihsel rol üstlenmiştir. Bu çalışmanın amacı, Yengikent'in Orta Çağ'daki siyasal dönüşümlerini, yönetsel yapısını, coğrafi-stratejik konumunu ve ekonomik etkileşimlerini çok katmanlı bir çözümleme ile incelemektir. İpek Yolu üzerindeki konumu, Yengikent'i hem ticaret hem de siyaset açısından öne çıkarmış; Oğuz Yabgu Devleti döneminde kışlık başkent olarak kullanılması, merkezi otoritenin simgesi hâline gelmesine neden olmuştur. Şehrin ilerleyen süreçte farklı güçlü devletlerin egemenliği altına girmesi ise, Yengikent'in bölgesel siyasi konumunun çok yönlü biçimde ele alınmasına olanak sağlamaktadır. Bu makale, yazılı belgeler ile arkeolojik veriler temelinde Yengikent'in Orta Çağ'daki siyasal yapısını ve bu yapının şekillenmesinde etkili olan dinamikleri değerlendirmektedir. Elde edilen veriler doğrultusunda hem tarihsel metinler hem de maddi kültür kalıntılarının karşılaştırmalı analizi yapılarak, şehrin siyasi merkez kimliğini hangi güç dengeleri içinde kazandığı ve bu süreçte ortaya çıkan ekonomik, siyasi ve kültürel etkileşimlerin kapsamı ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yengikent, Oğuzlar, Oğuz Yabgu Devleti, Türkistan, Sır Derya Nehri

Yengikent, the Capital of the Oghuz: An Analysis Based on Written Sources, Archaeological Findings and Historical Geography

Abstract

In the medieval period, Yengikent emerged as one of the most significant urban centers in the region of Turkestan, assuming a notable historical role due to its internal dynamics and the relationships it established with surrounding political entities. The aim of this study is to conduct a multilayered analysis of Yengikent's political transformations, administrative structure, geo-strategic location, and economic interactions during the Middle Ages. Its position on the Silk Road brought Yengikent to prominence in both commercial and political terms; its use as the winter capital of the Oghuz Yabghu State symbolized centralized authority. Furthermore, its later incorporation into various powerful states allows for a multifaceted assessment of its regional political significance. This article evaluates the political structure of Yengikent in the medieval era, along with the dynamics that shaped it, based on written sources and archaeological evidence. Through a comparative analysis of historical texts and material culture, the study seeks to reveal how Yengikent came to embody the characteristics of a political center, the balance of powers within which it developed, and the scope of economic, political, and cultural interactions that took place during this process.

Keywords: Yengikent, Oghuz Turks, Oghuz Yabghu State, Turkestan, Sir Derya River

Atıf İçin / Please Cite As:

Şahin, K. (2025). Oğuzların Astanası Yengikent: Yazılı metinler, arkeolojik bulgular ve tarihsel coğrafya bağlamında bir inceleme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1272-1296. doi:10.33206/mjss.1711325

Geliş Tarihi / Received Date: 01.06.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 03.07.2025

[1] Doktora - Atatürk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, Erzurum/TÜRKİYE, kadirsahin25025@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0834-2008

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Orta Çağ şehirlerinin tarihsel niteliğine ilişkin tartışmalar, XVIII. yüzyılın sonlarından itibaren Avrupa ve Rusya entelektüel çevrelerinde tartışılmaya başlanmış ve zamanla şehir tarihçiliği müstakil bir akademik disiplin hâline gelmiştir. Bu doğrultuda özellikle Batı'daki şehirleşme kuramları ve Rus tarih yazımındaki şehir olgusuna yönelik çalışmalar, disiplinlerarası bir yaklaşımla gelişmiş, şehirlerin yalnızca fiziksel-mekânsal yapıları değil, aynı zamanda siyasal, sosyal ve kültürel organizasyon içindeki konumları da araştırma konusu hâline getirilmiştir.

V. V. Stoklitskoy-Tereşkoviç, A. A. Svanidze, A. L. Yastrebitskaya, A. V. Kuzı ve A. V. Hryakova gibi isimler, bu alanda yürüttükleri teorik ve deneysel çalışmalarla şehir tarihçiliğinin metodolojik temellerini atan öncüler arasında yer almaktadır. Bu kuramsal birikimin Orta Asya şehirlerine uygulanması ise, bölgedeki şehirlerin sadece mimari açıdan değil, tarihsel olarak geçirdikleri kültürel ve siyasal dönüşümler bağlamında da ele alınmasına olanak tanımıştır. Orta Asya şehirlerinin tarihsel gelişim seyri, arkeolojik kazılar, yazılı kaynak analizleri ve filolojik yaklaşımlar gibi çeşitli yöntemlerle incelenmiş; bu çerçevede V. V. Barthold, M. E. Masson, A. Yu. Yakubovsky, S. P. Tolstov, A. M. Belenitsky, O. G. Bolshakov ve Yu. F. Buryakov gibi araştırmacılar, bölgedeki şehir-toplum ilişkisini çok katmanlı bir şekilde analiz eden klasikleşmiş figürler hâline gelmiştir. Özellikle Kazakistan coğrafyasındaki Orta Çağ şehirleşmesine dair yapılan çalışmalar, şehir morfolojisinin yalnızca fiziki çevreyle sınırlı olmadığını, aynı zamanda sosyo-politik ve ekonomik dinamiklerle iç içe geçmiş bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda, K. M. Baypakov, T. N. Senigova, E. A. Smagulov, T. V. Saveleva, ve B. A. Baitanaev gibi çağdaş araştırmacıların çalışmaları, Kazakistan'daki şehirleşme sürecinin tarihsel süreklilikleri, kronolojik katmanları ve kültürel evrimini bütüncül yaklaşımlarla değerlendirmiştir (Zinyakov, 2019, s. 932).

Orta Çağ Türk toplumlarının siyasal, sosyal ve kültürel yapılarının anlaşılması ise, bu toplumların etrafında şekillendiği merkezî yerleşimlerin incelenmesini gerekli kılmaktadır. Bu çerçevede, günümüz Kazakistan'ının güneybatısında, Sır Derya Nehri'nin alt havzasında yer alan ve Arapça kaynaklarda *El-Karyetü'l-Hadise*, Farsça kaynaklarda *Dih-i Nev* olarak anılan Yengikent, yalnızca Oğuz Yabgu Devleti'nin idarî merkezi olmakla kalmayıp, aynı zamanda IX. ve X. yüzyıllarda bölgesel güç dengelerinde önemli bir siyasal, ekonomik ve kültürel merkez işlevi görmüştür. İpek ve Kürk yollarının kavşağında stratejik bir konumda yer alan bu şehir, konargöçer ve yerleşik Oğuz topluluklarının merkezileşme sürecinde de belirleyici bir rol oynamıştır.

Yengikent'in tarihsel gelişimi, yalnızca Oğuz siyasi teşkilatlanmasını değil; aynı zamanda Türkistan'ın İslamiyet öncesi ve sonrası dönemde geçirdiği kültürel ve dini dönüşüm süreçlerini anlamak açısından da kritik bir analitik zemin sunmaktadır. Şehir, Arap ve Fars coğrafyacılarınca sıkça zikredilen; idarî, ticari ve kültürel yapıların kurumsallaştığı bir mekânsal merkez olarak betimlenmektedir. X. yüzyıldan itibaren Yengikent, sadece bir kışlık başkent değil, aynı zamanda Oğuz Yabgusu'nun karar alma süreçlerini yönettiği ve bölgesel diplomasiyle ticaretin idare edildiği merkezî bir otorite olarak şekillenmiştir. Bu bağlamda, Yengikent üzerine yapılacak disiplinlerarası bir inceleme, yalnızca bölgesel değil, Orta Çağ Türkistan'ının şehirleşme ve siyasal yapılaşma dinamiklerini anlamak açısından da anlamlı sonuçlar doğuracaktır.

Amaç

Bu makalenin temel amacı, Orta Çağ Türkistan coğrafyasında Oğuz Yabgu Devleti'nin siyasî ve idarî merkezi konumundaki Yengikent'in tarihî işlevini, yazılı kaynaklar ve arkeolojik bulgular ışığında çok katmanlı bir analizle ortaya koymaktır. Şehrin hem İslam coğrafyacıları ve tarihçileri tarafından aktarılan tasvirlerde hem de maddi kültür verilerinde yer bulması, Yengikent'i tarihsel çözümleme için zengin bir kaynak alanı hâline getirmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın temel odak noktası, Yengikent'in Orta Çağ'daki siyasal dönüşümünü, kentleşme pratiklerini, ekonomik ilişkilerini ve idari yapısını hem yazılı belgeler hem de arkeolojik veriler aracılığıyla bütüncül bir yaklaşımla incelemektir.

Bu çerçevede, şehir arkeolojisinin sunduğu saha bulguları ile İslam kaynaklarının anlatıları karşılaştırmalı biçimde ele alınarak, Yengikent'in mikro düzeydeki toplumsal yapısı ve kent dokusu ile makro düzeydeki siyasal rolü senkronize bir biçimde değerlendirilecektir. Böylece, Yengikent'in siyasî teşkilatlanmadaki yeri, kentleşme dinamikleri, kültürel etkileşim ağları ve İslamlaşma sürecindeki konumu, tarihsel coğrafya, şehir arkeolojisi ve siyasal antropoloji disiplinleri arasında kurulan yöntemsel bir kesişim üzerinden analiz edilecektir.

Bu yönüyle çalışma, Erken Orta Çağ Orta Asya şehirleşmesine dair mevcut yaklaşımları yeniden gözden geçirerek, yazılı ve maddi kültür verilerinin bütünleştirilmesine dayalı disiplinlerarası bir okuma sunmakta; böylece Yengikent'in yalnızca bir yerleşim birimi değil, aynı zamanda devletleşme ve kültürel dönüşüm süreçlerinin özgün bir mekânsal temsili olduğunu ortaya koyarak alana özgün bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Yöntem

Bu çalışma, tarihsel coğrafya, siyasi tarih ve şehir arkeolojisi disiplinlerini harmanlayan çok katmanlı bir yöntemsel yaklaşımla hazırlanmıştır. Araştırmada hem birincil yazılı kaynaklar (Arap, Fars seyyahlar) hem de arkeolojik saha verileri birlikte değerlendirilerek, Yengikent'in Orta Çağ'daki siyasi ve mekânsal dönüşümü bütüncül bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Birincil tarihsel veriler; İbn Rüsteh, El-Mesudi, İbn Havkal, Hudud al-'Âlem, Kaşgarlı Mahmud ve El-İdrisi gibi kaynak yazarlarının metinleri üzerinden derinlemesine analiz edilmiştir. Bu metinler, hem Yengikent'in siyasi ve idari yapısını hem de dönemin coğrafi konum algısını açıklamakta temel rol oynamaktadır. Bu yazılı veriler, ayrıca İbn Fadlan seyahatnamesi gibi doğrudan gözleme dayanan metinlerle desteklenmiş, tarihsel anlatılar hem içerik hem de bağlam açısından çözümlenmiştir.

Bununla birlikte, arkeolojik veriler üzerine yapılan analizler, özellikle 1940'lardan itibaren Tolstov'un öncülüğünde yürütülen Harezm Arkeoloji Seferi (Хорезмская археолого-этнографическая экспедиция) ve 2010'lu yıllarda başlayan Kazakistan merkezli kazıların sonuçlarıyla bütünleştirilmiştir. I.A., Arzhantseva, H. Härke, S.U. Bilalov, A.A. Tajekeyev, G.T. Amirgalina gibi güncel arkeologların yayınları incelenerek, Yengikent'in savunma mimarisi, yerleşim planı, seramik ve metal işçiliği gibi somut bulguları tarihsel anlatılarla karşılaştırmalı biçimde değerlendirilmiştir. Araştırma sürecinde, nitel içerik analizi yöntemi kullanılarak yazılı kaynaklardaki Yengikent betimlemeleri tematik olarak sınıflandırılmış; özellikle siyasi yapı, yerleşim dokusu, ekonomik faaliyetler ve İslamlaşma süreci gibi konular etrafında yoğunlaştırılmıştır. Arkeolojik buluntular ise tipolojik sınıflama, mekânsal yerleşim modeli (grid-plan analizleri), paleobotanik ve zooarkeolojik değerlendirmelerle desteklenmiş; bu sayede şehirdeki yaşam biçimi ve kültürel etkileşim alanları hakkında çıkarımlarda bulunulmuştur.

Çalışmanın bütün aşamalarında eleştirel tarih metodolojisi benimsenmiş; kaynakların dönemin ideolojik, kültürel ve coğrafi bağlamı içinde değerlendirilmesine özen gösterilmiştir. Böylelikle Yengikent'in yalnızca tarihî bir şehir değil, aynı zamanda Orta Çağ Türkistan'ında devletleşme, şehirleşme ve kültürel sentezin bir göstergesi olduğu çok katmanlı bir perspektifle ortaya konulmuştur.

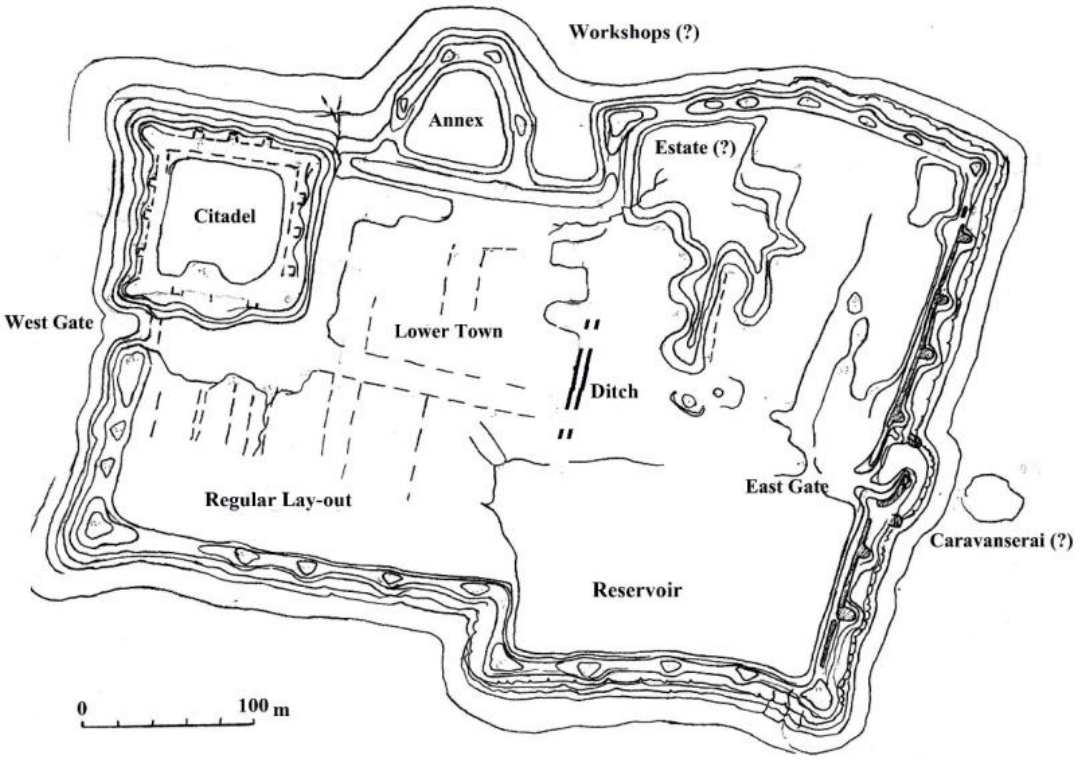
Yazılı kaynaklardan elde edilen bilgiler ile arkeolojik bulgular arasında kurulan karşılaştırmalı analiz, Yengikent'in tarihsel kimliğini çok katmanlı bir çerçevede anlamamıza imkân sağlamaktadır. Bu kapsamda, şehrin mekânsal yapısının, savunma sistemlerinin ve fiziki morfolojisinin ortaya konulması, söz konusu tarihsel anlatıları maddi veriler ışığında pekiştirmek açısından büyük önem arz etmektedir.

Yengikent'in Coğrafi Konumu, Fizikî Yapısı ve Arkeolojik Keşif Süreci

Günümüzde Sır Derya Nehri'nin aşağı kesiminde yer alan ve Oğuz Yabgu Devleti'nin başkenti olarak anılan Yengikent, Kazakistan'ın güneybatısındaki Kızılorda bölgesinin Kazalı ilçesine bağlı Jankent köyünün 1,5 km güneyinde, 45°36'43" kuzey enlemi ve 61°55'18" doğu boylamında konumlanmaktadır. Şehrin nasıl kurulduğu hakkında en eski bilgiye Oğuz Destanı'nda (Reşideddin Oğuznamesi) rastlamaktayız. Destanda anlatıldığına göre; Oğuz Han öldükten sonra yerine oğlu Günhan geçmiştir. 70 yaşında tahta geçen ve 70 yıl da padişahlık yapan Günhan döneminde babası Oğuz'un daha eski zamanlarda "Yenikent" adında bir şehir yaptırdığından bahsedilmektedir (Togan, 1982, s. 49; Kononov, 1958, s. 39,41). Her ne kadar tarihî olarak doğrulanması güç olsa da, bu efsanevî anlatı Yengikent'in Oğuzların toplumsal hafızasındaki yeri açısından dikkat çekicidir. Bununla birlikte, şehrin kuruluşu ve yapısına dair en somut veriler, arkeolojik araştırmalarla ortaya konmuştur.

Yengikent'in mimarî yapısı ve sur sistemi, çağdaşı olan diğer şehirlerden belirgin farklılıklar göstermektedir. Şehir, oldukça geniş bir alanı kaplamakta olup doğudan batıya doğru uzanan "T" şeklindeki bir plana sahiptir. Yaklaşık 415x230 metre boyutlarındaki yerleşim alanında, doğu kesimi batıya oranla daha geniştir. Özellikle doğu kısmındaki dış savunma duvarlarının büyük oranda korunduğu dikkat çekmekte; bu duvarların büyük blok taşlardan inşa edildiği görülmektedir. Dış savunma hatları boyunca 25 ile 40 metre aralıklarla yerleştirilmiş ve günümüze kadar izleri ulaşmış kule kalıntılarına da rastlanmaktadır. Tarihi şehrin ana kapıları, doğu ve batı yönündeki savunma duvarları üzerine, karşılıklı gelecek şekilde konumlandırılmıştır. Şehrin kuzeybatı köşesinde, 100x100 metre ölçülerine sahip bir kale yer almaktadır.

Güney bölgesi ise düzlük yapısı ve diğer kesimlere göre daha alçak kotuyla dikkat çeker. Kuzeydoğu kısmında, kuzey sur hattına bitişik olarak inşa edilmiş, 60x70 metre boyutlarında ve 3–4 metre yüksekliğinde başka bir yapı daha bulunmaktadır. Ayrıca, kuzey surunun dış cephesinde, yarım daire formunda çitle çevrilmiş bir alanın kalıntıları da günümüze ulaşmış durumdadır. (Tolstov, 1947, s. 58-62; Bilalov, S.U – Tajekeyev, A.A.- Darmenov, R.T., 2018, s. 381; Shorayev. 2023, s. 171). (Resim 1-2).



Resim 1: Yengikent Şehrinin Planı (Tolstov, 1947, s. 59; Härke- Arzhantseva- Tajeekeyev, 2020, s. 27).

Resim 2: Yengikent Şehrinin Havadan Görünümü - Korkut Ata Üniversitesi "Arkeoloji ve Etnografya" Bilimsel Merkezi'nin 2019'daki Araştırma Çalışmalarının Raporu (Shorayev, 2023, ek: 35)

Güney Kazakistan ve Aral Denizi bölgelerindeki arkeolojik araştırmaların tarihi bu bölgelerin Ruslar tarafından ilhakından sonra yani XIX. yüzyılın ikinci yarısına dayanmaktadır. Esasında Yengikent kalıntılarını ve aşağı Sır Derya bölgesini ilk kez 1740 yılında teğmen D. G. Gladışev ve araştırmacı İ. Muravin ziyaret etmişlerdir. Buradaki arkeolojik anıttan ilk bahseden de Orenburg'dan Buhara'ya seyahat eden E.K. Meyendorf olmuştur (Meyendorf, 1975, s. 47). 1865 yılında, bu bölgede görevli olarak bulunan L.L. Meyer Begim Ana Türbesini anlattığı bölümde Yengikent'ten on kilometre uzaklıkta yer aldığını belirtmiştir (Meyer, 1865, s. 68). 1867 yılında ünlü oryantalist P.İ. Lerh Rus Arkeoloji Cemiyeti adına bu bölgeye gönderilmiştir. Lerh yol güzergahında Yengikent, Savran ve Suğnak gibi Orta Çağ şehirlerini inceleme fırsatı bulduğu gibi Yengikent'te ilk kez kazı çalışmalarını başlatan araştırmacı olmuştur. Lerh araştırma sonuçlarını bir rapor olarak yayınlamış ve bu rapor Sır Derya bölgesi şehirlerinde yapılan sonraki araştırmaların temelini oluşturmuştur (Lerh, 1868, s.11; Baypakov-Taymagambetov, 2006, s. 17; Baypakov, 2007, s. 282; Tajekeyev, 2011, s. 75-76).

Adı geçen ve bunlardan başka bilim adamları ile bölgeye seyahat eden araştırmacıların yayınladıkları yazılar sonucunda, daha önce iyi derecede bilinmeyen Türkistan coğrafyası tarihine ve kültürüne karşı Rus toplumu nezdinde büyük ilgi uyanmıştır. Öyle ki ünlü sanat eleştirmeni V.V. Stasov yerel arkeolojik anıtları antik çağ dönemi anıtlarıyla aynı kefeye koyarak, "Yengikent neden bizim Pompei'miz olmasın ki?" demiştir.[2] Stasov aynı zamanda Yengikent ve civarındaki eski yerleşim yerleri hakkında araştırma yaparak yayımlayan ilk Rus araştırmacılarındandır (Stasova, 1894, s.197-203).

Sır Derya vadisindeki eski dönem araştırmaların bir sonraki aşaması 1895 yılında Taşkent'te V.V. Barthold'un bilimsel desteğiyle Türkistan arkeolojisine ilgi duyan aydın, memur, asker ve sıradan insanları bir araya getirerek Türkistan'da amatör denilebilecek "Turkestanskiy Krujok Lubiteley Arheologii (Türkistan Arkeoloji Meraklıları Topluluğu)" adlı arkeologlar grubunun çalışmalarıyla devam etmiş ve bu grup Yengikent'i de içine alan " Türkistan Çevresinin Notları" başlıklı, içerisinde bilimsel makaleler, bu bölgedeki buluntularla ilgili materyaller, arkeolojik ve mimari eserlerle ilgili bilgilerin yer aldığı raporlar yayınlamışlardır. (Barthold, 1897; Barthold, 1899, s. 1-89). Sır Derya vadisindeki Orta Çağ şehirlerinde araştırma yapan bir diğer araştırmacı V.A. Kallaur, çalışmalarında Yengikent'e de yer vermiştir (Kallaur, 1903, No:9; Kallaur, 1904, 56-59).

1937 yılında kurulan S.P. Tolstov başkanlığındaki "Horezmskaya Arheologo-Etnografiçeskaya Ekspeditsiya (Harezm Arkeolojik-Etnografik Seferi)", 1946 yılında Yengikent'te ilk arkeolojik ve yüzey araştırmalarını yaptığı gibi şehrin havadan fotoğraflarını çekerek planını da çıkarmışlardır (Tolstov, 1962, s. 198; Tolstov, 1948, s. 210, 235; Tolstov, 1947, s. 57-62). Yüzeyden toplanan materyallere dayanarak Yengikent harabesi S. P. Tolstov tarafından miladın başlarından X–XI. yüzyıllara kadar olan dönemle tarihlendirilmiştir (Tolstov, 1947, s. 63-68; 1948, s. 210–213; 1962, s. 198). Daha sonra L. M. Levina, "bataklık şehir yerleşimleri"nin seramik materyallerini analiz ederek, Yengikent'te gelişmiş Orta Çağ'a ait seramiklerin de bulunduğu sonucuna varmıştır (Levina, 1971, s. 77).

Daha sonra 1960'lar ve 1970'lerde Tolstov'un öğrencileri şehirde araştırmalara devam etmişlerdir. 1990'lara gelindiğinde yaşanan ekonomik, siyasi ve sosyal krizler sonucunda Harezm Arkeolojik-Etnografik Seferi araştırmalarını durdurmak zorunda kalmıştır. Sovyetler Birliğinin 1991 yılında dağılması ve Kazakistan'ın aynı yıl bağımsızlığını kazanmasından sonra 2004 yılında "Medeni Mura (Kültürel Miras)" projesi kapsamında Sır Derya bölgesindeki eski yerleşim yerlerinin araştırmalarına devam edilmektedir. Özellikle Türk-Oğuz tarihi ile Kazakistan'ın Orta Çağ tarihinin de aydınlatılmasında büyük öneme sahip olan bu şehirde 2005 yılından itibaren Kazakistan'daki Korkut Ata Kızılorda Devlet Üniversitesi arkeoloji bölümü öğretim üyeleri başta olmak üzere tarihçiler, coğrafyacılar, mimarlar, toprak bilimciler, jeofizikçiler, osteologlar ve diğer bilim dallarından birçok araştırmacının yer aldığı Uluslararası Jankent Arkeolojik Keşif Heyeti tarafından araştırmalara devam edilmektedir. 2019-2020 kazı döneminde şehirdeki arkeolojik kazı ekibinde yer alıp gözlemleme ve araştırma fırsatı bulduğum bu şehirde, kazı sırasında ortaya çıkarılan eserlerin detaylı şekilde belgelendirilip, dijital ortama aktarılarak arşivler oluşturulması ve aynı zamanda

[2] V.V. Stasov'un "Yengikent neden bizim Pompei'miz olmasın ki?" şeklindeki benzetmesi, yalnızca dikkat çekici bir söylem değil, aynı zamanda Yengikent'in taşıdığı arkeolojik ve kültürel potansiyele yönelik derin bir farkındalığı da yansıtmaktadır. Nasıl ki Pompei, Antik Roma uygarlığının gündelik yaşamına dair olağanüstü bulgular sunan, zaman içinde donmuş ve korunmuş bir şehir olarak kabul ediliyorsa; Yengikent de Moğol istilası sonrası terk edilerek çölleşmiş yapısıyla Orta Çağ Türkistan'ının toplumsal dokusunu keşfetmeye imkân tanıyan benzer bir tarihî katmanlaşma sunmaktadır. Stasov'un bu vurgusu, Yengikent'in yalnızca yerel bir kalıntı değil, imparatorluk belleği içerisinde değerlendirilmesi gereken bir kültürel miras olduğunu ileri sürmektedir. Bu söylem aynı zamanda, XIX. yüzyıl Rus düşünü Orta Asya'yı "keşfedilmesi gereken Doğu" olarak konumlandırma eğiliminin bir tezahürü olarak da değerlendirilebilir.

gerekli görüldüğü durumlarda restorasyon çalışmaları yapılmasını hem kültürel mirasın korunup gelecek nesillere aktarılması hem de elde edilen verilerin bilimsel araştırmalarla değerlendirilebilmesi açısından son derece önemli buluyorum.

Şüphesiz arkeolojik bulgular, Yengikent'in fiziki yapısını ve tarihsel katmanlarını büyük ölçüde aydınlatmaktadır. Bununla birlikte, bu yerleşimin siyasal ve kültürel işlevini daha derinlemesine kavrayabilmek için İslam coğrafyacıları tarafından kaleme alınan yazılı tasvirlere başvurmak kaçınılmazdır.

Orta Çağ İslam Coğrafyacılarına Göre Yengikent

IX-X. yüzyıllar Müslüman doğu dünyasında çeşitli bilim ve kültür dallarının sürekli geliştiği bir dönem olmuştur. Bu bilim alanlarından özellikle tarih ve coğrafya bilgisi alanında büyük başarılar elde ettikleri de görülmektedir. Bu gelişmişliğin doğal sonucu olarak mahalli tarih okulları yaygınlaşıp ve tarih ile coğrafya üzerine önemli eserlerin yazılması kaçınılmaz olmuştur. Bu dönemde en büyük bilim merkezlerinin Mısır, İran, Irak ve Orta Asya'nın ekonomik açıdan gelişmiş başkentlerinde olduğu görülmektedir. Kültürel iletişimin başlıca aracı ise bu dönemde yaygın olarak kullanılan Arapça idi. Öyle ki Arap halifeliği çöktükten sonra dahi birkaç yüzyıl daha hegemonyasını korumuştur (Agadjanov, 1977, s. 9; Sıdıkova, 2014, s. 11).

Arap fetihleri, idari ve vergi yönetiminin pratik görevleri, kara ve deniz ticaretinin yoğunlaşması, IX-X. yüzyıllarda Arapça konuşulan coğrafi bölgenin genişlemesinde önemli rol oynamıştır. Bununla birlikte dış güvenliğin sağlanması ihtiyacı ile yayılmacı ve misyonerlik istekleri komşu halklar hakkında bilgi toplamaya teşvik etmiştir. Bu dönemde Arap tarihçi ve coğrafyacıları arasında Türkistan'da Türkçe konuşan kavimlere karşı da büyük ilgi duyulmuştur. IX. yüzyılda tarihçi ve coğrafyacıların eserlerine bakıldığında Oğuzlar ve onların önemli şehirlerinden biri olan Yengikent hakkında bilgilerin yer almaya başladığı görülmektedir.

Orta Çağ İslam coğrafyacıları, Yengikent şehrine dair farklı yüzyıllarda çeşitli bilgiler sunmuştur. Bu anlatılar, şehrin stratejik öneminin yanı sıra siyasal ve toplumsal rolünü anlamamıza katkı sağlamaktadır. Yengikent şehri Arapça kaynaklarda *El Karyet'ül Hadise* ve *El Medinetü'l Cedide* isimleriyle kaydedilirken, Farsça kaynaklarda ise *Dih-i Nev* olarak kaydedilmiştir.[3] İslam coğrafyacılarının eserlerine bakıldığı zaman Yengikent genellikle Sır Derya nehrinin sol yakasında yer alıp aynı zamanda Aral Gölüne iki fersah uzaklıkta gösterilmektedir.

Yengikent hakkında ilk bilgiler IX. yüzyıl Arap ve İran coğrafya eserlerinde ortaya çıkmaktadır. İbn Rüsteh, *El-A'lâku'n-Nefise* adlı eserinde Ceyhun (Amuderya) Nehri'ni tanıtırken, bu nehrin Aral Gölü'ne döküldüğünü belirtmekte ve söz konusu coğrafyada "Yeni-Kent" (Yengikent) adlı bir yerleşimden bahsetmektedir. Yazar şu ifadeleri kullanır:

> *"Bu gölün sahilinin sona erdiği ve kuzey rüzgârının estiği noktanın yakınından bölge kralının kullandığı yol geçer. Bu bölgeye Yeni-Kent denir"* (İbn Rüsteh, 2017, s. 111).

Bu anlatımdan, Ceyhun Nehri'nin Aral Gölü'ne dökülmeden önce Yengikent'ten geçtiği anlaşılmaktadır. Böylece şehrin stratejik bir güzergâh üzerinde yer aldığı ortaya konmaktadır.

X. yüzyıl Arap coğrafyacı El-Mes'ûdî, *Mürûc ez-Zeheb* adlı eserinde, Aral Gölü'nün bölgede bilinen en büyük göl olduğunu ifade ettikten sonra, göl kenarında yer alan ve "Yenişehir" (Yengikent) adıyla anılan bir Türk yerleşimini tanıtır. Mes'ûdî'ye göre:

> *"…Bu göl kenarında Türklerin Yenişehir (Yengikent) denilen bir şehirleri vardır. Orada Müslümanlar yaşarlar. Çoğunluğu Türk'dür. Burada konargöçer ve yerleşik Oğuzlar otururlar."* (Mesudî, 2011, s. 80; MİTT. 1939, s. 166; Şeşen, 2017, s. 49).

Mesudi yine devam ederek Sır Derya'nın ağzına yakın bir yerde bulunan Yengi-kent adlı kasabada yaşayan Oğuz Türklerinin tipolojik özelliklerinden bahsederek diğer Türklerden cesaretleriyle, çekik

[3]Çin tarih yazımında da Yengikent'e dair bilgilere yer verilmiştir. *Yuan Shi* adlı resmî tarihî kronikte bu şehir, "Yang Chiehkan" (陽傑侃) olarak kaydedilmiştir (Song, 1976, s. 210). Aynı şekilde, klasik Çin seyahatname ve coğrafya metinlerinden biri olan *Ying-yai Sheng-lan*'da Yengikent, Türkler tarafından inşa edilen yeni şehirlerden biri olarak tanımlanmakta; Sır Derya Nehri'nin güneyinde ve Aral Gölü'ne yaklaşık 15 mil mesafede bulunduğu bildirilmektedir (Feng, 1982, s. 105).

gözleriyle ve kısa boyluluklarıyla ayırt edildiklerini yazar (Mesudi, 2011, s. 80; Lee- Kuang, 2017, s. 207-208).

Diğer bir X. yüzyıl coğrafyacısı olan İbn Havkal, *Sûretü'l-Arz* adlı eserinde Mâverâünnehir bölgesine ilişkin değerlendirmelerinde, Sır Derya Nehri'nin Sabran sınırını geçtikten sonra Oğuz ülkesinin kenarındaki bir bozkırdan aktığını ve buradan "El-Karyet El-Hadîse" adlı yerleşime ulaştığını ifade eder. Onun anlatımı şu şekildedir:

> *"… Sabran hududunu geçince Oğuz Türkleri ülkesinin kıyısındaki bir bozkırda akar. Buradan 1 fersah uzaklıktaki El-Karyet El-Hadîse'ye uzanır. Buradan 2 konak uzaklıkta Harezm gölüne dökülür. Suları çoğaldığı zaman Ceyhun'un üçte ikisi kadar olur. Mütâreke olunca ve Türkler Müslümanlarla sulh yaptığı zamanlarda bu nehirden El-Karyet El-Hâdîse'ye gemiler yiyecek götürür. El-Karyet El-Hâdîse'de Müslümanlar bulunmasına rağmen, Oğuzlar'ın hükümet merkezidir. Oğuz hükümdarı kışın burada oturur. Buranın yanında Cend ve Hvâre yer alır. Bu şehirlerde Oğuz sultanının idaresin altında Müslümanlar yaşar. Bu üç yerin en büyüğü El-Karyet El-Hâdîse (Yenikent)'dir. Burası Harezm'den 10, Fârâb'dan 20 konak uzaklıktadır."* diye tasvir etmektedir (Havkal, 2014, s. 389; MİTT., 1939, s. 184).

İbn Havkal'ın verdiği bu bilgiler, Yengikent'in yalnızca coğrafi değil, aynı zamanda siyasi ve ekonomik bakımdan da Oğuzlar için merkezi bir rol oynadığını göstermektedir.

Hudud-al Alam adlı X. yüzyıla ait anonim Farsça coğrafya eserinde Yengikent, Oğuzlara ait bir şehir olarak tanımlanmakta ve bölgedeki önemli yerleşimlerden biri olarak gösterilmektedir. Eserde, şehrin Harezm'den 10, Fârâb'dan ise 20 konak uzaklıkta olduğu belirtilmekte; ayrıca Oğuz yabgusunun bu şehri kışın başkent olarak kullandığı ifade edilmektedir (Hudûd al Âlam, 1937, s. 122).

XI. yüzyılda Kaşgarlı Mahmud, Türk dilinin ve kültürünün en önemli kaynaklarından biri olan *Divanü Lûgat-it Türk* adlı eserinde Yengikent'ten doğuya kadar Türk ülkesidir tanımlamasını yaparak,

> *"Yenkend'in bir adı da Dizruyin'dir, - sarılığı dolayısiyle Bakır Kale demektir, burası Buhara'ya yakındır. Afyasyab'ın kızı olan Kaz'ın kocası "Siyavuş" burada öldürülmüştür"* şeklinde bilgi vermiştir (Kâşgarlı Mahmud, 2018, s. 149-150).

Bu bilgiler, XII. yüzyılda El-İdrîsî tarafından kaleme alınan *Nüzhetü'l-Müştâk*'ta da doğrulanır. O, Yengikent'i "Karyetü'l-Hadîse" adıyla anmakta ve buranın Oğuzların kışlık başkenti olduğunu belirtir. Ona göre:

> *"Karyetülhadîse'de Müslümanlar bulunmakla beraber, burası Oğuzlar'ın başşehridir. Kışın burada Oğuz hükümdarı oturur. Buranın yakınında Hecend ve Hvare bulunup buralarda müslümanlar oturur. Fakat buralar Oğuzlar'ın hakimiyetindedir. Harizm'den buraya on konak uzaklık vardır. Karyetülhadise ise Fârâb'dan on konak uzaklıktadır"* demektedir (aktaran Şeşen, 2017, s. 105).

Bu bilgi, Hudûd al-'Âlem'deki verilerle örtüşmekte ve Yengikent'in bölgesel merkez olma özelliğini pekiştirmektedir.

Biruni, Orta Asya'nın kuzey kesimlerini anlattığı eserinin altıncı ikliminde Yengikent'i (Yeniköy) Oğuzlara (Türkmenlere) ait bir yerleşim yeri olarak göstermekte ve Yengikent, Cend ve Hvare şehirlerinin Sır Derya'nın Harezm Gölü'ne döküldüğü yere yakın yerlerde bulunduğunu belirtmektedir (Biruni's Picture of the World, 1937, s. 51).

Gerdizi, *Zeyn al-Ahbâr* adlı eserinde Kimekler'e giden yol güzergahını anlattığı bölümde; bu güzergahın Farab'dan Yengikent'e oradan ise Kimekler'in ülkesine gittiğini söyler. Yengikent'ten Kimekler'in ülkesine giden yol üzerinde bir nehrin bılunduğunu ve bu nehri geçtikten sonra sahraya (kumlara) ulaşıldığını kaydeder (aktaran Barthold , 2010, s. 341; aktaran Şeşen, 2017, s. 78).

XIV. yüzyıl coğrafyacısı El-Ömerî, *Mesaliku'l Ebsar* adlı eserinde Turan halklarını anlatırken Yengikent'i bölgedeki meşhur ve önemli şehirler arasında saymaktadır. Ayrıca şehirde Türk kabilelerinin ve onların torunlarının yaşadığına dikkat çeker (El-Ömerî , 2014, s. 88).

İslam coğrafyacıları ile tarihî kaynakların verdiği bilgiler, Yengikent'in yalnızca coğrafi bir yerleşim yeri değil, aynı zamanda Oğuz Yabgu Devleti döneminde stratejik ve idarî açıdan merkezi bir şehir olarak

yapılandığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, şehrin söz konusu dönemdeki jeopolitik işlevi ile idarî yapısının ayrıntılı biçimde ele alınması gerekmektedir.

Yengikent'in Oğuz Yabgu Devleti Dönemindeki Jeopolitik ve İdarî Rolü

Orta Çağ tarihi kaynakları incelendiği zaman X. yüzyılda Yengikent şehrinin Oğuzların hem başkenti hem de Oğuz hükümdarının kışlık başkenti olduğu görülmektedir. Oğuzların bu şehri devletin idare edildiği yer olarak seçmesinin birçok sebebi vardı. Bunların en önemlisi hiç şüphesiz Yengikent'in uygun bir coğrafyada bulunmasının yanı sıra Türkistan coğrafyasında büyük ziraat bölgelerinin kesişme noktasında yani İpek Yolu ve Kürk Yolu'nun kavşak noktasında yer almasının büyük etkisi olmuştur. Şehrin coğrafi konumuna bakıldığı zaman Oğuz bozkırları ile Maveraünnehir, Harezm ve Horasan bölgeleri arasında koridor vazifesi görmüştür.

Orta Çağ'da Türkistan'ın önemli yerleşim yerlerinden biri olan Yengikent'in siyasi tarihi gerek iç dinamikler gerekse etrafındaki siyasi yapılanmaların etkileri açısından önemli olayları barındırır. Bu nedenle şehrin Orta Çağ boyunca geçirmiş olduğu siyasi dönüşümleri, yönetim şekillerini, bölgedeki stratejik önemini ve ekonomik ilişkilerini ele alarak tarihsel süreç içerisinde oynadığı rol aydınlatılmalıdır.

İpek Yolu üzerindeki stratejik konumu sayesinde Yengikent, yalnızca ticari değil, aynı zamanda siyasi ve idarî açıdan da bölgesel bir merkez hâline gelmiştir. Bu nedenledir ki şehir Orta Çağ boyunca birçok devletin siyasi tarihinde önemli yer tutmuştur.

VII. yüzyılda Batı Göktürk İmparatorluğunun 630-651 yılları arasındaki tarihi, özellikle Tu-lu ve Nu-shi-pi konfederasyonları arasındaki iç mücadelelerle geçmiştir. Devlet, içerisindeki bu çekişmeler neticesinde güç kaybederek 659 yılında yıkılmış ve daha sonra kendilerini bu imparatorluğun mirasçısı olarak nitelendiren Hazar Kağanlığı, Göktürk İmparatorluğunun devlet geleneğini de sürdürerek kısa zamanda Orta Kafkasya'da güç kazanıp, Karadeniz'in kuzeyinden Aral Gölü'ne kadar olan genişçe bölgeyi kontrolleri altına almışlardır. Hazar Kağanlığı doğu sınırlarını sağlamlaştırmak için ise Aral Gölü ve çevresine ayrı bir önem vermişlerdir (Artamonov, 2008, s. 229-230; Togan, 2019, s. 82-83; Golden, 2016, s. 247-249). 766 veya daha sonraki bir tarihte Peçenekler, Karluklar'ın hücumu sonucu Balkaş Gölü ve Sarı Su bölgesinden Aral Denizi ile Hazar Denizi arasındaki bölgeye göç ederek Hazar Kağanlığı için büyük tehlike meydana getirmişlerdir. IX. yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde ise Hazar İmparatorluğunun artık zayıfladığı hatta yıkılmaya yüz tuttuğu dönemde, Oğuz boyları da Hazarlarla anlaşarak, Peçenek-Kangar topluluklarını Sır Derya nehrinin aşağı kısmından çıkarıp Oğuz Yabgu Devleti'ni kurmuşlardır[4] (Artamonov, 2008, s. 547-561; Kurat, 2016, s. 27-28; Agacanov, 2015, s. 193-194).

Orta Çağ kaynakları incelendiğinde, Oğuz Yabgu Devleti'nin kuruluş ve oluşum aşamaları hakkında net bilgilere rastlamak çok zordur. Bu devletin tarihi, birçok efsanevi rivayete dayanmaktadır. Unutmamak gerekir ki bu rivayetler hiçbir zaman tarihi kayıtların yerini tutamaz. Ancak efsanevi bilgilerin güvenilir tarihi kaynaklar ile karşılaştırılarak değerlendirilmesi Oğuz Yabgu Devleti'nin kuruluş ve oluşum aşamalarındaki birçok olayı aydınlatmamıza imkân sağlayacaktır.

Oğuz Yabgu Devleti'nin kuruluşuyla ilgili bazı efsaneler, örneğin yağmur yağdırma gücüne sahip olduğuna inanılan *Yada Taşı*'na dair anlatılar, devletin doğuş sürecine dair sembolik anlamlar taşımaktadır. Bu tür rivayetlerin doğrudan tarihî bilgi olarak kabul edilmesi mümkün olmamakla birlikte, dönemin fikir dünyası ve siyasi meşruiyet arayışları açısından değerlendirilmesi önemlidir.[5]

Oğuzların kendilerine ait bir devlete sahip olduklarına dair ilk bilgilere Yakubî'nin *Kitâbu'l-Buldân* adlı eserinde rastlamaktayız. Yakubî, Türk topluluklarından bahsederken şu ifadeleri kullanır:

[4] Peçenek konfederasyonuna karşı uzun yıllar boyunca sürdürülen kararlı mücadele, Oğuzların en güçlü kabile beyleri etrafında birleşmesini sağlamıştır. Uzun bir süre boyunca siyasi güç, Oğuzların en büyük boylarından biri olan Salur boyunun liderlerinin elinde toplanmıştır. Oğuz beyliğinin bozkırlarda oluşumu muhtemelen Batı Türk Kağanlığı'nın yıkılmasından sonra, sekizinci yüzyıl gibi erken bir dönemde başlamıştır. Ancak bu sürecin 766 yılına kadar tamamlandığı söylenemez. Oğuz devletiyle ilgili ilk güvenilir bilgiler, dokuzuncu yüzyılın sonu ve onuncu yüzyılın başlarında Arap kaynaklarında yer almaktadır. Örneğin El-Yakûbî'ye göre, Oğuzlar diğer Türk boylarıyla yan yana, kendilerine ait bağımsız bir hâkimiyet oluşturmuşlardır. Benzer bilgilere, Oğuzları "hükümdar halkl ar" arasında sayan İbn El-Fakîh'in eserlerinde de rastlanmaktadır. El-Yakûbî tarihî ve coğrafî eserini 891 yılında, İbn El-Fakîh ise eserini 903 yılında tamamlamıştır. Bu nedenle, Oğuz beyliğinin Yengi-kent'i başkent edinerek yükselişe geçmesi muhtemelen bu tarihlere denk gelmektedir (Agajanov, 1998, s. 69-70).

[5] *Yada Taşı* ile ilgili bilgilere ilk kez İbn El-Fakih'in "Kitab Ahbar El-Buldan" adlı eserinde rastlanmaktadır. Detaylı bilgi için bakınız; Materialı Po İstorii Turkmen i Turkmenı, T. 1, Arabskie i Persidskie İstoçniki, (Pod Redaktsiey: S.L. Volina, A.A. Romaskeviça i A.Yu. Yakubovskogo), İzdatel'stvo Akademii Nauk SSSR, Moskva-Leningrad 1939, s. 153-155; S.G. Agacanov, Oğuzlar, (Çev: Ekber N. Necef-Ahmet Annaberdiyev, Selenge Yayınları, İstanbul 2015, s. 183-187.

> *"Türkler çeşitli grup ve ülkelere ayrılırlar. Bunlardan bazıları Karluklar (Harluhıyye) Dokuzoğuz (Tuğuzğuz) Türkeş, Kaymak ve Oğuz (Guz)'dur. Her birinin kendi başına ayrı bir memleketi vardır ve onların her biri diğeriyle savaşırlar"* (Ya'kubî, 2002, s. 75; MİTT, 1939, s. 149).

Benzer şekilde, İbn El-Fakīh'in *Kitābu Ahbār El-Buldān* adlı eserinde de Oğuz boylarına dair kıymetli bilgiler yer almaktadır. Yazar, Türk ülkeleri arasında en büyüğünün Dokuz Oğuz ülkesi olduğunu belirttikten sonra, komşu ülkeler arasında Oğuzları da zikretmektedir. Ayrıca Oğuzların kendilerine ait bir hükümdarlarının bulunduğunu ve bu hükümdarın, Türk hükümdarları arasında en seçkin kişi olduğunu ifade eder (aktaran Şeşen, 2017, s. 198).

Yakubî ve İbn El-Fakīh'in aktardıkları bilgiler dikkate alındığında, söz konusu dönemde Oğuzların bağımsız bir siyasi teşkilatlanmaya, yani kendilerine ait bir devlete sahip oldukları sonucuna varmak mümkündür.

X. yüzyılda Oğuz şehirleri hakkında bilgi veren en önemli isimlerden biri hiç şüphesiz İdrîsî'dir. Onun eserleri ve haritaları incelendiğinde, Oğuzların başkentlerinin "Eski Guz Eli" ve "Yeni Guz Eli" olarak iki ayrı merkez şeklinde kaydedildiği görülmektedir (aktaran Agacanov, 2015, s. 198–199). *Kitâb Rucâr*'ın çeşitli yazma nüshalarındaki haritalarda "Eski Guz Eli" adı geçmekte olup, 1154 tarihli haritada bu yerleşim, Harezm Gölü'nün güneydoğusu ile Ruza'nın güneyi arasında kalan bölgeye yerleştirilmiştir.

1192 tarihli bir diğer haritada ise Eski Guz Eli'nin, Şaş bölgesinin kuzeydoğusunda uzanan eğimli dağ silsilesinin eteklerinde konumlandığı görülmektedir (aktaran Miller, 1926, s. 92). *Nüzhetü'l-Müştâk* adlı eserde ise Eski Guz Eli'nin, Hiyam şehrinin güneybatısına, dört konak mesafede bulunduğu bilgisi yer almaktadır (MİTT, 1939, s. 222; aktaran Şeşen, 2017, s. 116; aktaran Agacanov, 2015, s. 199).

Bu bağlamda dikkat çekici olan husus, aynı eserde "Yeni Guz Eli" ifadesinin de yer almasıdır. İdrîsî, Şaş Nehri'nin aşağı havzasını tanımladığı kısımda bu yerleşimden söz etmekte; buranın Oğuzların başkenti olduğunu ve Oğuz hükümdarının kış aylarını burada geçirdiğini belirtmektedir (aktaran Şeşen, 2017, s. 105; aktaran Agacanov, 2015, s. 199). Bu ifadelerden yola çıkarak, "Yeni Guz Eli" tanımlamasının, aşağı Sır Derya havzasında yer alan Yengikent şehri için kullanıldığı anlaşılmaktadır.[6]

Erken dönem yerleşimlerinin temel özelliklerinden biri, merkezi otoritenin henüz tam anlamıyla oluşmamış olmasıdır. Yerel yönetimler, kabile yapılarına dayalı olup, zamanla merkezi yönetime geçişin tohumlarını atmıştır. Bu süreçte, ticaret yolları üzerindeki küçük yerleşim yerleri, stratejik konumları sebebiyle sonraki yüzyıllarda büyük siyasi yapılar haline geleceğin sinyallerini vermiştir. X. yüzyıldan itibaren, Oğuz boylarının siyasi örgütlenmesi hız kazanmış ve Yengikent, kurulan bu yapının merkezi konumuna gelmiştir. Yengikent, yerel Oğuz yöneticilerinin ticaret yolları üzerindeki hâkimiyetlerini pekiştirmek amacıyla inşa ettikleri yeni başkent olarak ön plana çıkmıştır. Oğuz Yabgu Devleti'nin merkezi durumundaki Yengikent, askeri stratejilerin ve idari düzenlemelerin odak noktası olmuştur. Bölgedeki yerel aşiretler arasında karar verici ve yönetici rolünü üstlenmiş böylece büyük siyasi güçlerin oluşumuna ortam hazırlamıştır. Yabguluk makamı hem yerel toplulukların hem de komşu bölgelerin isteklerini karşılayacak şekilde yapılandırılmıştır (Agacanov, 1998, s. 66-74).

Oğuz Yabgu Devleti'nin yönetim kadrosuna baktığımız zaman en üst yönetici *"Yabgu"* unvanına sahiptir.[7] Bu bilgiyi 922 yılında Oğuz ülkesinden geçen İbn Fadlan şu şekilde açıklamaktadır:

> *"Oğuz Türklerinin hükümdarına Yabgu denir. Bu, hükümdarın unvanıdır. Oğuzların başına geçen her kişi bu unvanı alır. Onun vekiline (naibine) Kûzerkin (Külerkin) denir. Yine onlardan her reisin naibine aynı unvan verilir"* (İbn Fadlan, 2015, s. 16).

Asıl kaynaklarda bu yabguların adlarına rastlanmaz ancak *Cami'üt-tevarih*'te yabguların isimlerinin bazılarını öğrenebilmekteyiz (aktaran Togan, 1982, s. 129-131; Sümer, 1959, s. 375). Barthold'a göre, yabguların hâkimiyeti yeterince güçlü olmadığı gibi sağlam bir temele de oturtulmamıştır (Barthold, 1963, s. 563, 565).

Bununla birlikte, devletin yalnızca askeri ve idarî kadrolarla değil, mali yapılanma açısından da belirli bir kurumsallığa ulaştığı görülmektedir. X. yüzyılın sonu XI. yüzyılın başlarına gelindiğinde Oğuz Yabgu Devleti'nde vergi toplama sisteminin sorunsuz çalıştığı görülmektedir. Agacanov'un belirttiğine göre, Oğuz

[6] Agacanov'a göre bu adlandırma, IX-X. yüzyıllarda Oğuzların Sır Derya bölgesindeki bozkırları hâkimiyetleri altına almalarıyla bağlantılıdır. X. yüzyılda kaleme alınan Arap ve Fars kaynaklarının Oğuz Yabgu Devleti'nin başkentini "Yengi Kışlak" olarak kaydetmelerini de buna delil olarak göstermeyi denemiştir. (Agacanov, s. 199).

[7] Yönetim kadrosu hakkında detaylı bilgi için bakınız: (Sümer 1972, s. 53-54; Agajanov, 1998, s. 72).

Yabgu Devleti, X. yüzyılın sonlarında konargöçer topluluklardan otlak ve yaylak kullanımına dayalı olarak vergi toplamıştır (Agacanov, 2015, s. 217). Bu durum Oğuz Yabgu Devleti'nde toprak mülkiyetinin gelişmekte olduğunu göstermektedir.

Bu dönemde Oğuz rivayetlerinde adı geçen bazı yerel otoritelerin siyasi arenada ön plana çıktığı görülmektedir. Selçuklular tarih sahnesine çıkmadan önce Yengikent'te "Ali Han" adında bir hükümdarın varlığından söz edilmektedir. Rivayetlere göre, Moğolların zaman zaman gerçekleştirdiği baskınlar nedeniyle halkın bir kısmı Ürgenç'e sığınmış, geride kalanlar ise liderlik ihtiyacı doğrultusunda Ali Han'ı han ilan etmişlerdir. Muhtemeldir ki, X. yüzyılın son çeyreğinde iktidara gelen bu Ali Han, Ceyhun Irmağı kıyılarında yaşayan kalabalık kabilelerin idaresini oğlu Kılıç Arslan'a emanet etmiştir. Bazı tarihî kaynaklarda Kılıç Arslan'ın, daha sonra "Şah Melik" adıyla anılan şahsiyetle özdeşleştirildiği görülmektedir. Bu bağlamda, Ali Han'ın oğlu olarak anılan Kılıç Arslan'ın, Ceyhun nehri kıyısındaki kabilelerin yönetimini üstlendiği ve bu süreçte "Şah Melik" unvanını aldığı ileri sürülmektedir (Togan, 1982, s. 71-72, Kononov, 1958, s. 66; Ölmez, 2019, s. 98). Ancak bu eşleştirme tüm kaynaklarda açıkça teyit edilmemektedir.

Yengikent, stratejik konumu nedeniyle yalnızca politik ve askeri değil, aynı zamanda ekonomik faaliyetler açısından da önemli bir merkezdi. Şehir İpek Yolu'nun üzerinde yer alması sebebiyle farklı coğrafyalardan gelen ticari ürünlerin ve kültürel etkileşimlerin merkezi haline gelmiştir. Suret'ül-Arz'daki kayıttan öğrendiğimize göre Müslümanlar ve Oğuzlar arasında barış zamanlarında Yengikent'e gemiler aracılığıyla buğday getirilmekteydi (Havkal, 2014, s. 389).[8]

Oğuzların şehirleşmiş ilk büyük başkenti olan Yengikent, Sır Derya nehrinin aşağı havzasında ve aynı zamanda Aral Gölü'ne yakın bir noktada olmasından dolayı hem yerleşik hem de konargöçer toplulukların siyasi ve iktisadi alanlarda merkezileşmesine olanak sağlamıştır. Yengikent'in ekonomik başarısı, stratejik konumunun yanı sıra zengin yoğun ticaret yollarına erişiminden de kaynaklanmaktaydı. Bölgeden geçen İpek Yolu, yalnızca mal akışını sağlamakla kalmamış, aynı zamanda kültürel etkileşimi ve alışverişi de mümkün kılmıştır. Özetle bölgeden Kimeklere ve Harezm'e giden ticaret yolları, Yengikent'i bölgesel bir ticaret merkezi haline getirmiştir.

X. yüzyılın sonlarına doğru Oğuz Yabgu Devleti'nde gerileme döneminin başlamış olduğu görülmektedir. Bunun temel sebebi Oğuz Yabgu Devleti'nde ordu komutanı olan Selçuk Beyin yabgu ile yaşadığı anlaşmazlık sonucu 961'de Cend şehrine çekilmesi ile başlar. Bu dönemde yöneticilerin kötü yönetimi ile halkı ağır baskılara maruz bırakmaları sonucu halk ayaklanmaları başlamış ve devlet kriz dönemine girmiştir. Devlet bu sıkıntılı durumda Cend havalisini ele geçiren Selçuklu kuvvetleriyle de mücadeleye girişince devletin zayıflaması hızlanmıştır (İbnü'l-Esîr, 1991, s. 361-362; Hüseynî 1999, s. 2).

Oğuz Yabgu Devleti'nin dağılma sürecinde Yengikent'in akıbeti de karmaşık ve çalkantılı olmuştur. Oğuz Yabgu Devleti'nin zayıflamasıyla birlikte Yengikent, hem iç siyasi çekişmelerin hem de dış saldırıların hedefi haline gelmiştir. Bu dönemde Yengikent'in yaşadığı temel olayları şu şekilde açıklayabiliriz:

- Oğuz Yabgu Devleti'nin merkezi otoritesi zayıfladıkça, Yengikent de dâhil olmak üzere çeşitli bölgelerde yerel beylikler güçlenmeye başlamıştır. Bu beylikler arasındaki rekabet ve iktidar mücadeleleri, şehrin siyasi istikrarını olumsuz etkilemiştir.
- Yengikent, farklı Oğuz beyliklerinin kontrolü için çekişme alanı haline gelmiş ve bu durum şehirdeki yaşamı olumsuz yönde etkilemiştir.
- Yine Oğuz Yabgu Devleti'nin dağılma sürecinde, Kıpçaklar ve diğer konargöçer Türk boylarının Yengikent ve çevresine yönelik baskıları artırmıştır. XI. yüzyılın sonlarından itibaren Yengikent, Kıpçak boylarının baskılarıyla karşılaşmış; bu süreçte hem ekonomik kaynakları zayıflamış hem de ticaret yolları üzerindeki kontrolü ciddi ölçüde azalmıştır.

Bu gelişmeler şehrin dış ilişkilerinde gerilemeye yol açmış, aynı zamanda iç istikrarsızlığı da derinleştirmiştir. Ayrıca, sürekli savaş hali, Yengikent'in tarım alanlarının tahrip olmasına ve nüfusunun azalmasına yol açmıştır. (Banguoğlu, 1959, s. 4-6; Kazakhstan Tarihı, 2010, s. 187; İstoriya Kazakhsoy SSR, 1979, s. 63; Ahincanov, 2014, s. 198, 209, 256; Agacanov, 2015, s. 238).

[8] Bu bilginin yanı sıra şehirde yapılan arkeolojik araştırmalar neticesinde buğday kabuğuna ait fitolitlerin varlığına rastlanmıştır. Bu durum, şehrin çevresindeki arazilerde buğday yetiştirildiğini göstermektedir. Ayrıca mikrobiyomorf kompleksinin yapısı, içerisinde su birikintisi ve tarım alanları barındıran vahalı çöl peyzajını açıkça yansıtmaktadır. Konut içinden alınan örnekler, ev zeminlerinin hasırlarla kaplandığına ve halkın günlük beslenmesinde buğday tükettiğine işaret etmektedir (D. A. Gavrilov vd. 2016, s. 60).

XII. yüzyılın sonlarına doğru Harezmşahlar'ın yükselişi, Orta Asya'daki siyasi dengeleri değiştirmiştir. Harezmşahlar, Yengikent de dâhil olmak üzere Oğuz bölgelerine nüfuz etmeye başlamışlardır. Bu durum, Yengikent'in siyasi özerkliğini kaybetmesine ve Harezmşahlar'ın egemenliği altına girmesine yol açmıştır (Kafesoğlu, 2000, s. 89-90).

XIII. yüzyılın başlarında Moğol İmparatorluğu'nun yükselişi ve Orta Asya'ya yönelik istilaları, Yengikent'in sonunu getirmiştir. Moğol orduları, 1219-1221 yılları arasında Orta Asya'yı istila ederken Yengikent'i de ele geçirmişlerdir. Moğol istilası, şehirde büyük yıkıma neden olmuş, birçok yerleşim yeri tahrip edilmiş ve nüfusun büyük bir kısmı ya katledilmiş ya da göç etmek zorunda bırakılmıştır. Bu olay, Yengikent'in bir şehir olarak önemini kaybetmesine ve zamanla terk edilmesine yol açmıştır (Barthold, 2010, s. 297; Agacanov, 2015, s. 228). Bundan sonraki süreçte şehrin hakimiyeti her ne kadar Kıpçaklarda olsa da şehirdeki ana kitle Oğuzlardan oluşmaktaydı. Kıpçakların şehirdeki hakimiyeti 1220 yılına kadar devam etmiştir. Bu tarihte Türkistan'ı kasıp kavuran Moğol ordularının Yengikent önlerine gelmesiyle hakimiyet el değiştirmiştir.

Yengikent'in Oğuz Yabgu Devleti dönemindeki siyasi ve idari rolü, yazılı kaynakların sunduğu bilgilerle büyük ölçüde açıklığa kavuşurken; bu anlatıların maddi kültürle ne ölçüde örtüştüğünü belirlemek amacıyla şehrin arkeolojik katmanlarında tespit edilen kalıntıların detaylı olarak incelenmesi gerekmektedir.

Arkeolojik Katmanlar ve Kültürel İzler: Seramik, Mimarî ve Hayvan Kalıntıları Üzerinden Bir İnceleme

İpek Yolu'nun güney güzergâhları hem akademi dünyasının hem de halkın odak noktası olsa da Sır Derya Nehri boyunca uzanan, Aral Gölü ve Hazar Denizi'nin kuzey kıyılarını dolanarak Karadeniz'e ve daha ilerisine ulaşan rota, Erken Orta Çağ'da Türkistan'daki ticaret ve iletişim açısından büyük önem taşıyordu. Bu az bilinen Kuzey İpek Yolu'nun orta kesimlerinde, Sır Derya'nın deltası içinde, 1960'tan önceki Aral Gölü kıyısının doğusunda terk edilmiş küçük şehir kümeleri bulunmaktadır. Bunlar arasında en iyi araştırılanı, Kazakistan'ın Kazalı (Rusça: Kazalinsk) kasabasının yaklaşık 30 km güneyinde ve günümüzde Jankent (Yengikent) adını taşıyan Örkendeu köyünün yanında yer alan yerleşim yeridir. Şehrin surları, daha sonraki dönemlerde yapılaşmamış geniş bir dikdörtgen alanı çevrelemektedir (Arzhantseva-Härke, 2024, s. 186).

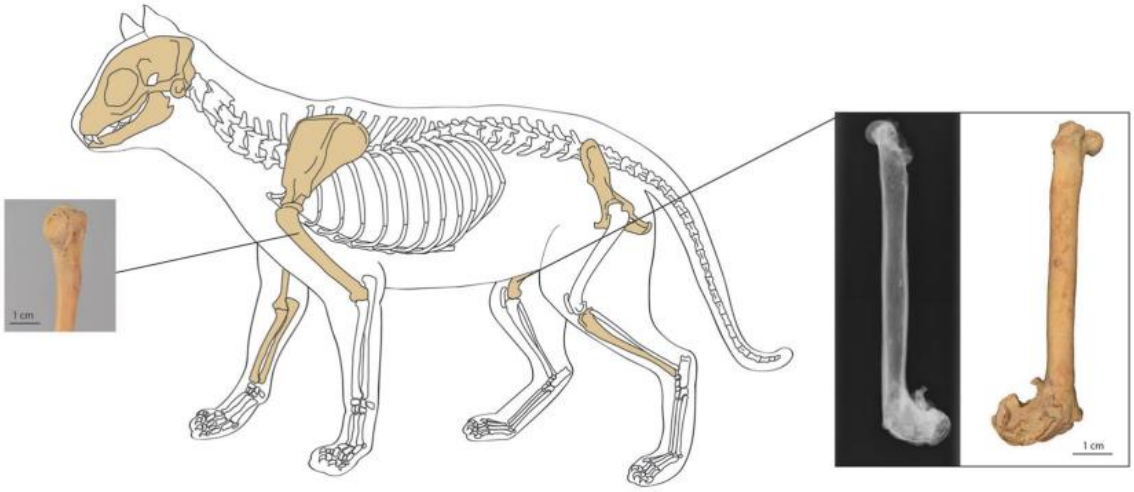
Yerleşimin yapısı ve planı, jeofizik, topoğrafik ve fotogrametrik yöntemlerle sürekli olarak geliştirilmektedir. 2011'den beri gerçekleştirilen jeomorfolojik ve toprak araştırmaları sonucunda, Yengikent'in var olduğu dönemin paleoklimatik koşulları yeniden inşa edilmiştir. Ayrıca 2018'den itibaren arkeozoolojik analizlerle, bölgedeki Erken Orta Çağ sakinlerinin sürü yapısı, beslenme alışkanlıkları ve hayvan ticaretinin temel yönleri üzerine araştırmalar yürütülmektedir (Arzhantseva, Härke, Tazhekeev, 2019, s. 240).

Günümüzde Kazakistan Cumhuriyeti'nin güneyinde yer alan Yengikent şehri hem kültürel hem de ticari anlamda önemli bir merkez olarak öne çıkmıştır. Bu şehir, Sır Derya Nehri'nin aşağı kesimlerinde yer almakta olup, Oğuzların siyasi hayatında olduğu kadar ekonomik ve kültürel hayatında da merkezi bir rol oynamıştır. Ayrıca, Büyük İpek Yolu üzerindeki konumu sayesinde çeşitli medeniyetlerin etkileşim noktası haline gelmiştir.

Yengikent, çevresindeki tarımsal alanlar, su yolları ve kervan yolları sayesinde hem ticari hem de sosyal açıdan etkileşim içinde olduğu diğer yerleşimlerle sıkı ilişkiler kurmaya başlamıştır. Yakın dönem kaynaklarında, Yengikent'in Oğuzların siyasal ve ekonomik merkezi olarak tanımlandığı, bölgedeki ticaret yollarının merkezinde yer aldığı ve dolayısıyla komşu medeniyetlerle kültürel etkileşimin yoğun olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda, Yengikent'in stratejik coğrafi konumu, bölgedeki hem yerel sosyal yapının hem de uluslararası ticaretin şekillenmesinde önemli rol oynamıştır.

Yapılan kazılar sonucunda şehirdeki ilk yerleşim alanı MS VI. yüzyıla tarihlendirilmiştir. Şehristan merkezi ve iç kale duvarında yapılan kazılarda daha eski herhangi bir bulguya rastlanmamıştır. Hendek 1'de yapılan kazılarda VI-VII. yüzyıllara tarihlenen ve Hazar kıyılarından getirildiği anlaşılan Afrigid seramiği (MS IV-VIII. yy) ele geçirilmiştir. Buradaki ev yapılarının Harezm ve Jeti-Asar kültürüyle benzerlik gösterdiği ancak bu seramiklerin VII–X. yüzyıllardan daha eskiye tarihlendirilemeyeceği anlaşılmıştır. Katmanların tarihlendirilmesi ise, IX–X. yüzyıllara ait sikkelerle, özellikle X. yüzyıla tarihlenen gösterişli süslemeli seramik formlarıyla ve Jeti-Asar kültürünün geç evresiyle yapılan karşılaştırmalarla yapılmıştır (VI-VII. yy.). Güney sur duvarı, altında bulunan ve VIII. yüzyıla tarihlendirilen seramik katmanı sayesinde, bu tarihten önce herhangi bir savunma yapısının bulunmadığını göstermektedir. Buluntular arasında Jeti-

Asar seramikleri çoğunlukta olsa da Harezm ve Kerder stillerine ait örnekler de mevcuttur. Ayrıca VIII-IX. yüzyıla tarihlendirilen Türk tarzı kemer bağlantısı da vardır bu da kasaba surlarının inşasından önce bile Türk varlığını düşündürmektedir. Sit alanının en alt katmanlarında balık kalıntılarının arttığı görülmektedir. Bu artış erken evrelerde şehirde balıkçılığa daha fazla önem verildiğini düşündürmektedir. Tüm bu buluntuların yanı sıra şehirdeki en önemli bulgulardan biri yaralı olduğu anlaşılan evcil bir kedi iskeletinin bulunmasıdır. Bu kedi, bölgedeki ilk evcil kedi örneği olarak büyük önem taşır. Kedi, muhtemelen İran kökenli olup ciddi bir yaralanmadan sonra iyileştirilmiştir (Resim 3-4). VIII. yüzyılın sonlarına tarihlendirilen bu buluntu bölgenin en eski kedisi olma özelliğinin yanı sıra iki önemli sonuca sahiptir: bunlardan birincisi konargöçer olmayan bir nüfus yani yerleşik bir yaşam biçimini diğeri ise güneybatıya yani daha spesifik bir tanımla İran'a doğrudan veya dolaylı bağlantıyı gösterir. (Härke, Arzhantseva, Tajekeyev, 2020, s. 28-29; Arzhantseva-Härke, 2024, s.188-189; Haruda vd, 2020, s. 1-12; Arzantseva-Ruzanova, 2010, s. 12; Härke, Arzhantseva, 2016, s. 890).



Resim 3: Gölgeli olarak sunulan iskeletin parçaları; **Sol ek**: Sol humerustaki eklem kırığının yakın çekimi. **Sağ ek**: Sağ femurun X-ışını ve 3D modelinin görünümü. (Haruda vd, 2020, s. 4).

Resim 4: Yengikent'te bulunan kedi iskeleti kalıntıları (Arzhantseva-Härke, 2024, s. 189).

Yengikent II evresinde, yaklaşık 16 hektarlık alanı çevreleyen yüksek savunma duvarlarına sahip olan şehirdeki kaleler ve evler, Harezm tipi mimari örnek alınarak inşa edilmiştir. Jeofizik araştırmalar

sonucunda, şehrin batı tarafında satranç tahtası şeklinde ev blokları, doğu kısmında ise daha düzensiz planlı yapılar ve bazı büyük binaların varlığı ortaya çıkarılmıştır. Alt şehirde muhtemel bir metal atölyesi tespit edilmiştir. Paleobotanik kanıtlar, muhtemelen kasabanın sakinleri tarafından yerel tahıl üretimi yapıldığına işaret etmektedir. Çünkü Yengikent yakınlarında çağdaş köyler veya tarım arazilerine dair bir kanıt yoktur (Härke, Arzhantseva, Tajekeyev, 2020, s. 30; Arzhantseva-Härke, 2024, s. 190-191; Härke, Arzhantseva, 2016, s. 890). X. yüzyıl yazarlarından İbn Havkal eserinde, tahıl, ekmek gibi yiyecek yüklü gemilerin Sır Derya üzerinden Yengikent'e ürün taşıdığını bildirmektedir (İbn Havkal, 2014, s.389). Bu bulgular, Yengikent'in konargöçer kampı olmaktan ziyade, yerleşik ve oldukça gelişmiş bir şehir yapısı ve kültür merkezi olduğunu güçlü şekilde desteklemektedir.

Şehrin nüfus tahminini yapmak oldukça zordur çünkü şehrin banliyölerine dair veriler yoktur. Ancak Türkistan coğrafyasının Erken Orta Çağlardaki kasabalarında tipik bir nüfus yoğunluğu varsayımıyla hektar başına 200 kişi ortalaması kullanıldığında Yengikent'in muhtemel nüfusu en fazla 3000 kişi ancak nüfus yoğunluğunun az olduğu alanlar da hesaba katıldığında yaklaşık 2000 kişi olduğu tahmin edilmektedir. Şehrin alt bölgesinde, duvarlara yapılmış dekoratif resimler, yakın doğu menşeli olduğu anlaşılan cam kaplar, batı kapı yakınındaki bir konuttan çıkarılan bronz kazan, süslü metal çivili bir deri çanta ve daha birçok değerli buluntu ele geçirilmiştir (Arzhantseva-Härke, 2024, s. 190-191).

IX-X. yüzyıla tarihlenen seramik buluntuları, şehirde üç ana kültürel gelenek olduğunu göstermektedir:

* *Jeti-asar tipi*: Bölgesel demir çağı geleneğine aittir

* *Harezm tipi*: Güneydeki Amu Derya uygarlığının çark yapımı seramikleri

* *Oğuz tipi*: El yapımı, kıvrımlı süslemeli, konargöçer karakterli çömleklerdir (Resim 5)

Bu üç seramik tipi, şehirde bir arada bulunmuş ve aynı tabakalarda birlikte keşfedilmiştir. Bu, kültürel bütünleşme ve çok etnikli bir nüfusu göstermektedir (Amirgalina-Lajla-Bilalov, 2021, s. 120-129; Härke, Arzhantseva, Tajekeyev, 2020, s. 29).

Resim 5: Yengikent'teki çömlek çeşitleri; a) bölgesel tarz b) Oğuz tarzı c) Harezm tarzı (Arzhantseva-Härke, 2024, s.191).

Son aşamada İslami temizlik kabı gibi dini işlevli kaplara rastlanmıştır. Ayrıca üzerinde Arap alfabesiyle yazılmış yazılar olan kap parçaları bulunmuştur. Bu parçalardan bir tanesi kûfî yazıyla yazılmış olup IX. yüzyıla tarihlendirilmiştir. Bu buluntular şehirdeki İslamlaşma sürecinin etkilerini göstermesi bakımından önemlidir. Şehirde bulunan ok kılıfı askısı (sadak) kancası ve kemer tokaları konargöçer savaşçıların varlığına da işaret etmektedir. Kalenin kuzey duvarının dışına yerleştirilmiş ve surlarla çevrili kasaba alanının tamamen dışında olan onuncu yüzyıla ait bir çömleğin içinde bulunan ve üzerinde Arapça harfler yazılı olan üç tavuk yumurtası da ortaya çıkarılmıştır. Bu bölümdeki buluntular Yengikent'in Orta Çağ'da çok katmanlı, karma ve kültürel olarak zengin bir şehir olduğunu ortaya koymaktadır. Yalnızca yerleşik halk değil aynı zamanda konargöçerler, tüccarlar ve dinî etkilere açık çeşitli toplulukların burada bir araya geldiği anlaşılmaktadır (Arzhantseva-Härke, 2024, s.191-192).

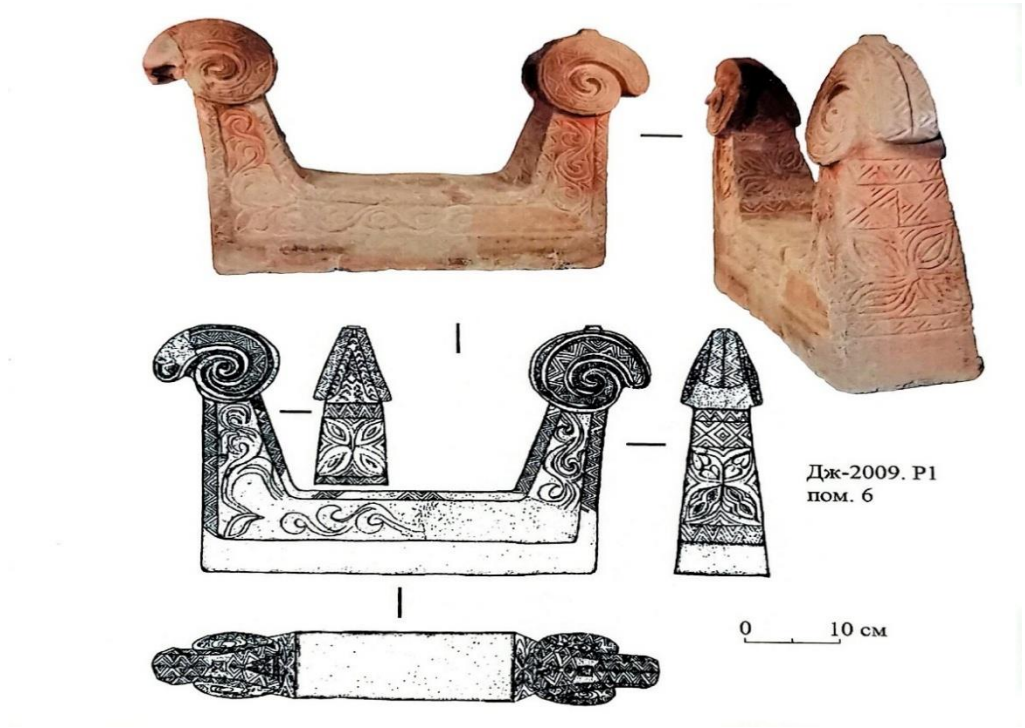
Şehirdeki en yoğun yapılaşma dönemi, IX. yüzyıl sonu ile X. yüzyıl boyunca gerçekleşmiş denilebilir. Şehristan merkezinde açılan Hendek 1'de, X. yüzyılda inşa edilmiş dört ardışık konut katmanı tespit edilmiştir. Aşağı şehir boyunca bir şebekede mekanik sondajdan alınan örneklerin radyokarbon tarihlemesi, onuncu yüzyıldan sonra iç mekânda hiçbir yerleşim katmanı olmadığını göstermektedir. Bu veri, X. yüzyılda çoğunlukla Buhara'dan geldiği anlaşılan ve şehirde ortaya çıkarılan sikkelerle de doğrulanmaktadır. Samani emirlerin Abd al-Malik (I) ibn Nuh adına basılmış olan sikkenin bulunması örnek olarak verilebilir. İç kale surlarında bulunan sırlı seramik parçaları şehrin XIII. yüzyılda kısa süreli de olsa yeniden yerleşime açıldığına işaret etmektedir. Bu dönemde şehrin doğu kapısı yenilenmiştir. Şehirdeki bu yenilenme işleminin yakınında bulunan ve Altın Orda'ya ait olduğu bilinen Min-Töbe (Bin Tepe)'nin inşasıyla aynı döneme denk gelmesi kesinlikle önemlidir. Bu zamana kadar Yengikent artık işleyen bir kentsel topluluğun yeri değildi, fakat kalan duvarları ve kalesi bir süre Min-Töbe'nin inşası sırasında muhtemelen geçici bir sığınak ya da askeri karakol olarak işlev görmüş olabilir (Härke, Arzhantseva, Tajekeyev, 2020, s. 30; Arzhantseva-Härke, 2024, s.192).

Oğuz konargöçerleri, VIII. yüzyılın sonlarına doğru, Sır Derya nehrinin kuzeyindeki bozkırlarda ortaya çıktığında (Golden, 2016, s. 217-218), güney ve güneybatıdaki medeniyetlerle yakın bağlantıları olduğu gibi bu medeniyetlerden de akınlar aldığı için karmaşık bir yerleşim şekline dönüşmüş olabilir. IX. yüzyılın sonlarına doğru şehir yeniden tasarlanmış, surlarla çevrilmiş, Harezm'li ustalar tarafından inşa edilmiş ve şehrin nüfusunun önemli bir kısmını Harezm kökenli toplulukların oluşturduğu muhtemeldir (Khazanov, 2005, s. 165). Tolstov'un da şehirde yapmış olduğu arkeolojik araştırmalar neticesinde elde edilen seramik parçaları Yengikent'in esas nüfusunu kolonistler ve Harezm kökenli insanların oluşturduğunu gösterdiği gibi aynı zamanda yerleşik hayatı benimsemiş olan Oğuz gruplarının da bulunduğunu kanıtlar niteliktedir (Tolstov, 1947, s. 68-69; Tolstov, 1962, s. 198-200).

Bu dönemde doğu-batı yönündeki Sır Derya hattını kontrol altına alan Oğuzlar aynı zamanda Volga ve Harezm arasındaki kuzey-güney ticaret hattından da faydalanmıştır. İbn Fadlan, Mukaddesi ve İbn Havkal gibi Orta Çağ yazarları bu dönemde Volga ile Harezm arasındaki yoğun ticaretin varlığından söz ederek bu durumu teyit etmektedirler. Bu ticaretin ölçeğini anlayabilmek için; Abbasî ve Samanî dirhemlerinin İskandinavya ve Slav topraklarında bulunan şaşırtıcı miktarları, Irak ve Orta Asya'nın kuzey Avrupa ile olan ticaretinin dinamikleri hakkında daha net bir fikir verir. Muhafazakâr tahminlere göre bu dirhemlerin sayısı 400.000 civarındadır. IX. yüzyılda Irak'tan Hazarlar aracılığıyla kuzeye dirhem akışı vardı; 900 sonrası ise ticaretin yönü Orta Asya'daki Samanîler ve Bulgar pazarı doğrultusunda değişmiştir. Bu dönemde İskandinav tüccarlar, Samanîlerin Orta Asya'daki madenlerinden çıkan yüksek kaliteli gümüş karşılığında Sagaliba (Slav kökenli) esirleri takas etmekteydiler. 950'lerden sonra dirhem kalitesinin düşmesiyle birlikte bu ticaret sistemi hızla çökmüştür (Jankowiak, 2017, s. 170-171). Christoph Kilger'de, Gotland adasında ve İsveç ana karasında fazlaca dirhem kaydı olduğunu söyler. Kaupang yerleşiminin bu büyük gümüş akışı sistemine nasıl entegre olduğu anlatarak Kaupang'da bulunan dirhemlerin büyük çoğunluğunun VIII. ve IX. yüzyıl Abbâsî dirhemleri, az sayıda ise Samanî ve Volga Bulgar dirhemi olduğunu söylemektedir. Ayrıca dirhemlerin Kaupang'daki dolaşımının ağırlıklı olarak IX. yüzyıla ait olup, X. yüzyılda azaldığını vurgular (Kilger, s. 202-203, 205-208). XI. yüzyıla gelindiğinde artık bu parlak dönemin sona erdiğini ve kuzeye giden dirhem akışının keskin bir şekilde azaldığı görülmektedir.

Yengikent'te X. yüzyıla tarihlendirilen koç başlı bir ocak altlığı 2009 yılında 1 numaralı kazı alanındaki 6 numaralı mekânda kazı başkanı E.D. Zilivinskaya tarafından bulunmuştur. Daha önce 2006 yılında Pavlodar'dan gelen arkeolog ekibi de bu şehirde benzer ocak altlıkları bulmuşlardır ancak 2009 yılında çıkarılan ocak altlığının arkeolojik olarak bozulmamış halde çıkarılması onu değerli kılmaktadır. Bu eser dönemin sanat ve inanç dünyasına dair önemli ipuçları sunmaktadır. Bu heykeller, genellikle mezar taşlarında veya anıtsal yapılarla birlikte bulunur ve Oğuzların dini inançları, sosyal yapıları ve estetik

anlayışları hakkında bilgi verir. Koç başı figürleri, Orta Asya Türk sanatında sıkça rastlanan bir motif olup, özellikle Karasuk döneminden itibaren kullanılmıştır. Bu figürler, hem boy ve soy işareti olarak hem de kozmolojik anlamlar taşıyan semboller olarak işlev görmüştür. Türkler, konargöçer yaşam tarzları ve savaşçı kültürleriyle tanınırken, aynı zamanda derin bir inanç ve sembolizm sistemine sahiptiler. Koç başı figürleri, bu inanç sisteminin bir yansımasıdır ve dönemin sosyal yapısını, liderlik anlayışını ve dini ritüellerini anlamada önemli bir rol oynar (E.A. Pşeniçnova, 2014, s. 290; Berkli, 2011, s. 235). (Resim 6-7)



Resim 6: Kazılarda Ortaya Çıkarılan Koç Başlı Mezar Taşları (Korkut Ata Kızılorda Üniversitesi "Arkeoloji ve Etnografya" Bilimsel Merkezi Araştırmaları Arşivi

Kaynak: Korkut Ata Kızılorda Üniversitesi "Arkeoloji ve Etnografya'' Bilimsel Merkezi'nin 2014'deki Araştırma Çalışmalarının Arşivi.

Resim 7: Kazılarda Ortaya Çıkarılan Koç Başlı Buluntular (Shorayev, 2023, Ek 36).

Koç başı motifleri, Orta Asya Türk kültüründe güç, kuvvet, cesaret ve koruma sembolü olarak kabul edilmiştir. Koç, Tengricilik inancında önemli bir semboldür. Gökyüzü ve doğa ile bağlantılı koç, Tengricilik inancı çerçevesinde kötü ruhlardan korunma, bereket sağlama ve yeniden doğuşu simgelemesi amacıyla özellikle ocak altlıklarına işlenmiştir. Aynı zamanda, Oğuz boyları arasında bu tür figürler boy kimliği ya da sosyal statünün bir göstergesi olarak da değerlendirilmiştir. Yengikent'teki arkeolojik kazılarda bu tür motiflere sahip çok sayıda eser bulunmuş, söz konusu bu buluntular, Orta Çağ Türk sanatının karakteristik öğeleri arasında yer almıştır.

Ocak altlıklarında yer alan koç başı figürleri, süsleme amacı olarak kullanılmalarının yanı sıra aynı zamanda evin koruyucusu, ateşin kutsallığının temsili ve ataların ruhlarıyla bağlantı kurma aracı olarak da işlev görür. Özellikle Oğuzların yerleşik hayata geçmeye başladığı dönemlerde, bu tür nesnelerin evlerde bulunması, konargöçer döneme ait ritüel mirasın devam ettiğini göstermektedir. Zira, ocak, hem Türk-İslam inancında hem de İslam öncesi Türk inanç sistemlerinde kutsal bir alan olarak kabul edilmiş, dolayısıyla ocak altlığı, yalnızca işlevsel bir eşya değil, aynı zamanda aile birliğini, ataların ruhlarını ve evin manevi merkezini simgeleyen önemli bir unsur olmuştur.

Yengikent'teki koç başlı eserler, Orta Asya Türk kültürünün ve Oğuzların tarihî ve kültürel mirasının önemli bir parçasıdır. Bu eserler aynı zamanda dönemin sanat anlayışını, dini inançlarını ve sosyal yapısını anlamada değerli birer kaynaktır. Yengikent'in terk edilmesiyle birlikte bu eserler, bölgenin tarihî ve kültürel zenginliğini günümüze taşımaktadır.

Sonuç olarak bugüne kadar elde edilen bulgular, geçmişte ileri sürülen hipotezin bazı temel unsurlarının geçerliliğini yitirdiğini göstermektedir. Özellikle, konargöçer Oğuzların şehri kurduğu yönündeki görüş desteklenmemektedir. Bulgular, şehirleşmenin bu konargöçer nüfusun gelişiyle doğrudan bağlantılı olmadığını ortaya koymaktadır. Yengikent'in VIII. yüzyılda kurulduğu varsayımı da geçersizdir. Radyokarbon ve stratigrafik veriler, bu alanda çok daha önceye dayanan bir yerleşim olduğunu kanıtlamaktadır. Şehirleşmenin güneyden ithal edildiği yönündeki tez yani Hârezm'den gelen bir "kentsel model"in yukarıya taşındığı fikri artık sorgulanmaktadır. Yeni veriler, yerel ve bölgesel dinamiklerin çok daha önemli olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak Yengikent, ilk düşünüldüğü gibi dışarıdan "kurulan" bir şehir değil; organik olarak gelişmiş, yerel halkın ve bölgesel etkileşimlerin şekillendirdiği bir "yerleşim modeli" sergilemektedir. Bu da Erken Orta Çağ Türkistan'ındaki şehirleşmenin çok daha karmaşık ve çok katmanlı bir süreç olduğunu göstermektedir.

Yengikent'te elde edilen arkeolojik materyaller, şehrin kültürel dokusu ve tarihsel evrimi hakkında önemli ipuçları sunmakla birlikte bu bulguların hangi yöntemlerle toplandığı, ne şekilde analiz edildiği ve nasıl tarihsel anlamlar üretildiği aşağıdaki bölümlerde sistematik biçimde ele alınacaktır.

Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada kullanılan veri toplama araçları hem tarihsel belgelerin nitel analizine hem de arkeolojik verilerin sistematik şekilde derlenmesine olanak sağlayacak biçimde tasarlanmıştır. Çalışmanın temel veri seti iki ana kaynaktan elde edilmiştir:

1) Orta Çağ'a ait Arapça ve Farsça yazılmış birincil kaynaklar;

2) Yengikent kazı alanında gerçekleştirilen arkeolojik saha çalışmaları ve bu çalışmalara ait rapor, plan, görsel ve tipolojik kataloglar.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada kullanılan veriler, iki ana kaynaktan türetilmiştir:

1) Yazılı tarihsel belgeler

2) Arkeolojik saha verileri.

Verilerin analiz süreci hem içerik hem de bağlamsal çözümlemeleri içerecek şekilde çok yönlü bir yöntemle yürütülmüştür. İlk aşamada, IX-XII. yüzyıl İslam coğrafyacıları tarafından kaleme alınan yazılı metinler incelenmiştir. İbn Rüsteh, İbn Havkal, El-Mesudi, El-İdrisi ve Kaşgarlı Mahmud gibi müelliflerin eserlerinde Yengikent'e dair geçen bölümler belirlenip kaydedilmiştir. Özellikle şehirlerin tanımlandığı, siyasi-idari yapıların anlatıldığı ve ticaret yollarının geçtiği güzergâhların tasvir edildiği paragraflar, jeopolitik konum, siyasi merkezilik, İslamlaşma süreci ve sosyo-ekonomik yapı şeklinde sınıflandırılmıştır. Bu metinlerde geçen "El-Karyetü'l-Hâdise, El-Medinetü'l Cedide" ve "Dih-i Nev" gibi toponimlerin eşleştirilmesi, Yengikent'in tarihi coğrafya içindeki yerinin tespiti açısından önemli olmuştur. Bu yazılı

kaynaklar ayrıca eleştirel tarih metodu çerçevesinde değerlendirilmiş; metinlerin yazıldığı dönemin ideolojik ve siyasi koşulları göz önünde bulundurularak anakronizmden kaçınılmıştır. Aynı zamanda, metinler arası karşılaştırma yöntemiyle tutarlılık analizi yapılmış ve Yengikent'in tarihsel kimliği ile anlatısal sürekliliği değerlendirilmiştir.

İkinci veri kümesini oluşturan arkeolojik bulgular, özellikle 1940'lardan itibaren Tolstov ve ekibiyle başlayan, 2000'li yıllarda Arzhantseva, Härke, Bilalov, Tajekeyev gibi araştırmacıların devam ettirdiği kazı çalışmalarıyla elde edilen somut kalıntılardır. Bu bulgular, tipolojik, mekânsal ve diplomatik analiz teknikleriyle değerlendirilmiştir. Tipolojik analiz, seramik, metal ve cam eserlerin form, süsleme ve üretim tekniklerine göre sınıflandırılmasını içermektedir. Örneğin, Jeti-Asar, Harezm ve Oğuz tipi çömleklerin aynı katmanda bulunması, çok kültürlü bir yerleşime işaret eden önemli bir veridir. Mekânsal analiz, şehrin yerleşim planının (grid-plan) ve sur sistemlerinin incelenmesine dayanır. Jeofizik yöntemlerle elde edilen veriler, doğu ve batı mahallelerinin farklı sosyo-ekonomik yapıları olduğunu göstermektedir. Diplomatik analiz, Yengikent'te bulunan Samanî dönemi bakır ve gümüş sikkelerinin incelenmesini kapsamaktadır. Abd El-Malik (I) ibn Nuh adına basılmış dirhem örneği, şehrin X. yüzyılda Buhara ile ticari bağlantısını göstermektedir. Ayrıca, zooarkeolojik ve paleobotanik bulgular, şehirdeki yaşam tarzı hakkında ipuçları sunmuştur. VIII. yüzyıla tarihlendirilen evcil kedi iskeleti ve yerel tahıl üretimi kanıtları, yerleşik bir yaşam biçimi ve kültürel bağlantıları desteklemektedir.

Yazılı kaynaklardan elde edilen bilgiler ile arkeolojik bulgular eşleştirilerek karşılıklı doğrulama yöntemi uygulanmıştır. Örneğin, İbn Havkal'ın Yengikent'e gemilerle yiyecek taşındığı yönündeki ifadesi, bölgede bulunan tahıl kalıntıları ve tahıl taşıma kapları ile desteklenmiştir. Benzer şekilde, İslamlaşma sürecine dair yazılı veriler, kufi yazılı seramik parçaları ve dini işlevli kaplar ile arkeolojik düzlemde somutlanmıştır. Bu analiz hem yazılı hem de maddi kültür belgeleri arasında disiplinler arası bir sentez oluşturarak, Yengikent'in sadece tarihsel bir olaylar dizisiyle değil; aynı zamanda mekânsal, kültürel ve sosyo-politik bağlamlarıyla anlaşılmasını mümkün kılmıştır. Verilerin bu çok yönlü değerlendirilmesi, şehrin Orta Çağ Türkistan'ındaki merkezi rolünü daha derinlikli ve bütünsel bir şekilde ortaya koymuştur.

Bulgular

Bu çalışmada Yengikent şehri üzerine gerçekleştirilen tarihsel ve arkeolojik analizler, şehrin Orta Çağ boyunca çok katmanlı bir siyasi, ekonomik ve kültürel merkez olarak yapılandığını ortaya koymaktadır. Yazılı kaynaklar detaylı incelendiğinde, Yengikent'in IX–XI. yüzyıllar arasında Oğuz Yabgu Devleti'nin kışlık başkenti olduğu anlaşılmaktadır. İbn Havkal, El-Mesudi, El-İdrisi ve Hudûd al-'Âlem gibi İslam coğrafyacıları, Yengikent'in bir yönetim merkezi olarak işlev gördüğünü ve Oğuz Yabgusu'nun burada ikamet ettiğini belirtmişlerdir. Kentin siyasi rolü, yalnızca merkezi bir idare alanı olmasıyla sınırlı kalmamış; aynı zamanda diplomatik temaslar ve ticari müzakerelerin gerçekleştiği bir platform olmuştur. Yengikent kazılarında elde edilen bulgular, şehrin VI. yüzyıldan itibaren yerleşim gördüğünü ve IX. yüzyıl sonlarında büyük çapta yeniden inşa edildiğini göstermektedir. Şehir, 16 hektarlık bir alanı kaplayan surlarla çevrilidir ve batı kısmı satranç tahtası şeklinde planlı mahallelerden, doğu kısmı ise düzensiz yapılaşmalardan oluşmaktadır. Bu düzen, yerleşik ve organize bir kent yaşamının varlığını göstermektedir. Ayrıca şehirdeki iç kalede dört ardışık konut tabakası bulunmuş ve X. yüzyıldan sonra yoğun yerleşimin sona erdiği belirlenmiştir.

Kazılarda ortaya çıkan Jeti-Asar, Harezm ve Oğuz tipi seramiklerin aynı tabakalarda bulunması, şehirde çok etnikli ve kültürel açıdan karmaşık bir topluluğun yaşadığını göstermektedir. Ayrıca İslamlaşmaya dair buluntular, dini işlevli temizlik kapları , kûfî yazılı kap parçaları ve üzerinde Arap harfleri bulunan çömlek içine konmuş üç tavuk yumurtası gibi buluntularla desteklenmektedir. Bu veriler, şehrin sadece siyasi değil, aynı zamanda dini merkezleşme süreçlerine de sahne olduğunu ortaya koymaktadır. Yengikent'in İpek Yolu üzerindeki konumu, şehri ticaretin ve mal akışının kilit noktası haline getirmiştir. Samanî dönemine ait gümüş dirhemler, Buhara'dan tahıl taşıyan nehir ticareti, cam ve metal işçiliğine dair bulgular şehirde üretim ve ticaretin yoğun olduğunu göstermektedir. Özellikle X. yüzyıla ait Samani sikkeleri, şehrin uluslararası ticaret ağlarıyla entegre olduğunu kanıtlamaktadır. Ayrıca bölgeden İskandinavya ve Slav topraklarına kadar ulaşan dirhem akışı da Yengikent'in bu global ekonomik sistemdeki aracı rolünü vurgulamaktadır.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

X. yüzyıl kaynaklarında geçen Yengikent'in bir "konargöçer başkenti" olduğuna dair ifadeleri doğrudan kabul etmek problemli olabilir. Bu bilgiye şüpheyle yaklaşmamızı gerektiren birtakım gerekçeler

vardır. İlk olarak şehrin boyutu ve düzeni incelendiğinde, o dönemin konargöçer başkentleriyle örtüşmediği görülmektedir. Moğolistan merkezli Karabalgasun ya da Karakurum gibi merkezler Yengikent'e oranla daha büyüklerdir. Hazar bozkırlarında yer alan şehirlerde konargöçer çadırlarına uygun açık alanlar bulunurken, Yengikent'te böyle bir düzen de yoktur. Anıtsal yapılar eksiktir. Özellikle kalede büyük kamu binaları, saraylar veya dini yapılar bulunmamaktadır. Kuzey sur içindeki kerpiç platform, bu eksikliği telafi etmemektedir. Çünkü buradaki yapılar ne anıtsaldır ne de işlevi açıktır. Ayrıca yine arkeolojik veri sonuçları incelendiğinde Yengikent II, bir başkentten ziyade Harezm şehrine daha çok benzemektedir. Bu nedenle geçmişte de tartışmalı olan Yengikent'in yeri konusu tekrardan akıllara; "günümüzde arkeolojik araştırmalar yapılan yer gerçekten tarihi kaynaklarda başkent olarak bahsi geçen Yengikent mi?" sorusunu getirmektedir.

Bundan sonraki süreçte;

Disiplinlerarası Çalışmaların Artırılması: Yengikent üzerine yürütülecek çalışmaların yalnızca tarih ve arkeolojiyle sınırlı kalmaması; coğrafya, mimarlık, etnobotanik ve sosyoloji gibi alanlardan da faydalanması, çok boyutlu analizleri destekleyecektir.

Karşılaştırmalı Şehir Çalışmaları: Yengikent'in Orta Çağ'daki çağdaşı olan Otrar, Suğnak, Cend ve Cankent gibi şehirlerle karşılaştırmalı olarak incelenmesi, şehirlerarası ilişkilerin ve siyasi ağların ortaya çıkarılmasına katkı sağlayacaktır.

Yazılı ve Maddi Kültür Senkronizasyonu: Yazılı kaynaklardaki veriler ile arkeolojik buluntuların daha bütüncül ve sistematik biçimde karşılaştırılması, tarihsel olayların dönemsel bağlamı içinde tutarlı bir şekilde yeniden inşa edilmesini ve anakronizmden uzak yorumların geliştirilmesini mümkün kılacaktır.

Dijital Arşiv ve Belgeleme: Kazı bulgularının dijital ortamda kataloglanması, uluslararası erişilebilirliği artıracak; böylece Yengikent üzerine yapılan akademik üretim küresel düzeyde zenginleşecektir.

Açığa Çıkarılmış Yapıların Müzeye Dönüştürülmesi ve Kamuya Açık Hale Getirilmesi: Böylece hem tarihsel mirasın korunmasını sağlayacak hem de arkeolojik bilginin toplumla buluşmasına imkân tanıyarak bölgesel turizmi canlandıracak önemli bir kültürel hamle olacaktır.

Yengikent'in Kültürel Miras Olarak Tescili: Şehrin UNESCO Dünya Kültür Mirası listesine aday gösterilmesi ve koruma altına alınması hem bilimsel hem de kültürel farkındalık açısından önem kazandıracaktır.

Etik Beyan

"*Oğuzların Astanası Yengikent: Orta Çağ Türkistan'ında Bir Siyasi Merkezin Yükselişi ve Düşüşü*" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Jeti- Asar (Seven Asar) Cușture: Runic Inscription And Anthropomorphic Figures Found at Altın-Asar Fortress*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Çatışma Beyanı

Mevcut araştırmada çıkar çatışmasına neden olacak herhangi bir kurum yoktur.

Teşekkür

Araştırma sürecinde sergilediği teşvik edici yaklaşım, gösterdiği anlayış ve sağladığı motivasyon desteğiyle çalışmamın daha verimli bir şekilde ilerlemesine katkı sunan kıymetli hocam Prof. Dr. Yavuz Günaşdı'ya teşekkür ederim.

Kaynakça

Agacanov, S. G. (1998). The States Of The Oghuz, The Kimek and The Kipçak, (Edit: M.S. Asimov and C.E. Bosworth), *History of Civilizations of Central Asia (The age of achievement: A.D. 750 to the end of the fifteenth century)*, Volume IV, Unesco Publishing, Unesco, 66-77.

Agacanov, S. G. (2015). *Oğuzlar,* (Çev: Ekber N. Necef-Ahmet Annaberdiyev, Selenge Yayınları, İstanbul.

Agadjanov, S. G. (1977). K etniçeskoy istorii oguzov Sredney Azii i Kazakstana, *İzvestiya AN Turkmenskoy SSR*, No:4.

Amirgalina G. T. (2014). Kermaiçeskiy Kompleks (Opisanie Keramiki Po Kategoriyam), *Kompleksnıe İssledovaniya Gorodişa Djankent (Rabotı 2011-2014 gg.)*, Almatı, 188-289.

Amirgalina, G. T., Makhambetova, L. A. and Bilalov, S. U. (2021). Classification of Kitchen Pots from the Medieval Walled City Dzhankent, *Al-Farabi Kazakh National University Bulletin of History 3*, no: 102, 120–129.

Arabskie i Persidskie İstoçniki. (1939). (Pod Redaktsiey: S.L. Volina, A.A. Romaskeviça i A.Yu. Yakubovskogo), İzdatel'stvo Akademii Nauk SSSR, Moskva-Leningrad.

Artamonov, M. İ. (2008). *Hazar Tarihi* (Türkler, Yahudiler, Ruslar), (Çev: Ahsen Batur), Selenge Yayınları, İstanbul.

Arzhantseva, I. A.- Ruzanova, S. A. (2010). Gorodişe Djankent i Problema "Bolotnıh Gorodiş", *Drevnie Tsivilizatsii na Srednem Vostoke: Arheologiya*, İstoriya Kultura, Moskva: Gosudarstbennıy Muzey Vostoka, 11-13.

Arzhantseva, I. A., Haerke, H. H. ve Tazhekeev, A. (2019). Rabotu Po Proektu "Nomad State Formation and Urbanization: The Early Medieval Town of Dzhankent (Aral Sea Region, Kazakhstan), *Drevnosti Vostochnoy Evropı, Tsentral'noy Azii i Yujnoy Sibiri v Kontekste Svyazey i Vzaimodeystviy v Evraziyskom Kul'turnom Prostranstve (Novıe Dannıye i Kontseptsii): Materialı Mejdunarodnoy Konferentsii,, 18–22 Noyabrya 2019 g., Sankt Peterburg. T. I. Drevniyaya Tsentral'naya Aziya v Kontekste Evraziyskogo Kul'turnogo Prostranstva ((Novıe Dannıe i Kontseptsii)*, İİMK RAN, Nevskaya Tipografiya, 239-241.

Arzhantseva, I. A., Härke, H. (2024). Dzhankent (Kazakhstan) – An Early Medieval Trading Node on the Northern Silk Road?, *Reimagining the Silk Roads*, University of Nottingham, 186-199.

Banguoğlu, T. (1959), Oğuzlar ve Oğuzeli Üzerine, *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı (Belleten)*, TTK, Ankara, 1-26.

Barthold, V. V. (1897). Drevnie Goroda Turkestana, *Zapiski Turkestanskogo Krujka Lubiteley Arheologii*, Vıp. 3, Taşkent.

Barthold, V. V. (1899). K issledovaniyu Sredney Azii, *Zapiski Turkestanskogo Krujka Lubiteley Arheologii*, Vıp. 5, Taşkent.

Barthold, V. V. (1963). Oguzı (Turkmenı) do obrazovaniya Sel'çukskoy İmperii, *Soçineniya*, T.2 (1), İzdatel'stvo Vostoçnoy Literaturı, Moskova, 559-573.

Barthold, V. V. (2010). *Orta Asya (Tarih ve Uygarlık)*, (Çev: Ahsen Batur), Selenge Yayınları, İstanbul.

Baypakov, K. (2007). *Kazakstannın Ejelgi Kalaları*, Aruna Ltd., Almatı.

Baypakov, K. M., Taymagambetov, J. K. (2006). *Arheologiya Kazahstana*, KazNU, Almatı.

Berkli, Y. (2011). Anadolu'daki Koyun, Koç ve At Heykel Biçimli Mezartaşlarında Görülen Damgalar: "Kökenleri, Sanat Tarihindeki Yeri ve Önemleri", *EKEV Akademi Dergisi*, 15(46), 235-246.

Bilalov, S.U – Tajekeyev, A.A.- Darmenov, R.T. (2018). İtogi Arheologiçeskih İssledovaniy na Gorodişçe Djankent, (İssledovaniy na Gorodişçe Djankent), *Materialov Mejdunarodnoy Nauçno-Praktiçeskoy Konferentsii "Margulanovskiye Çteniya"*, Almatı-Aktobe, 2.

Biruni. (1937). *Biruni'a Picture of the World*, (Haz: A.Zeki Velidi Togan), Memoirs of the Archeological Survey of the India, No: 53, Delhi.

El-Hüseyni, Şadruddîn Ebu'l-Hasan 'Ali İbn Nâşır İbn 'Ali (1999), *Ahbârü'd-Devleti's-Selçukiyye*, (Çev: Necati Lügal), Türk Tarih Kurumu, Ankara.

Feng, Ch'eng-Chün. (Ed.). (1982). *Ying-yai sheng-lan jiao-zhu* [Annotated edition of *The Overall Survey of the Ocean's Shores*]. Peking: Haiyang Chubanshe.

Gavrilov, D. A., Şumilovskih, L. S., Amirov, E. Ş., Kamaldinov, I. R. (2016). Microbiomorfnoe İssledovanie Kulturnogo Sloya Gorodişa Jankent (X-XIII. vv), *Yujnıy Kazakhstan*, Динамика окружающей среды и глобальные изменения климата, 7, 1(13), 54-62.

Golden, P. B. (2014). *Türk Halkları Tarihine Giriş (Orta Çağ ve Erken Yeniçağ'da Avrasya ve Ortadoğu'da Etnik Yapı ve Devlet Oluşumu)*, (Çev: Osman Karatay), Ötüken Yayınları, İstanbul.

Härke, H., & Arzhantseva, I. (2016). Some theories, models and analogies for Dzhankent: A context for early medieval urbanization on the lower Syr-Darya, *World of Great Altai*, 2(4.2), 886–896.

Härke, H., Arzhantseva, I. A., Tajekeyev, A. A. (2020). The early medieval town of Dzhankent (Kazakhstan): From initial hypothesis to new model, *The European Archaeologist*, (66), 27–33.

Härke, H., Arzhantseva, I. A., Tazhekeev, A. A., Bronnikova, M., Modin, I. N., & Panin, A. V. (2020). Interdisciplinary Fieldwork at Jankent: Exploring Early Medieval Urbanization on the Lower Syrdaya, *In Margulan Readings – 2020: Proceedings of the international scientific and practical conference "Great Steppe in the light of archaeological and interdisciplinary research" (Almaty: A.Kh. Margulan Institute of Archaeology*, Vol. 1, 219–229.

Härke, H., Bilalov S., Amirgalina G., (2019). Preliminary Results of Archaeological Research The Western Gate of The Medieval Settlement Dzhankent in 2018, *Journal of History*, No: 2 (93), 30-40.

Haruda, A. F., Miller, A. V., Paijmans, J. L.A., Barlow, A., Tazhekeyev, A., Bilalov, S., Hesse, Y., Preick, M., King, T., Thomas, R., Härke, H. and Arzhantseva, I. (2020). The Earliest Domestic Cat on the Silk Road, *Scientific Reports 10 (1): 11241*, Londra: Publishing Group UK, pp. 1-12.

Hudûd al Âlam. (1937). 'The Regions of The World' (A Persian Geography 372 A.H.-982 A.D.), (Translated: V. Minorsky), Printed At The University Press, London.
İbn Fadlan. (2015). *İbn Fadlan Seyahatnamesi*, (Çev: Ramazan Şeşen), Yeditepe Yayınevi, İstanbul.
İbn Havkal. (2011). *10. Asırda İslâm Coğrafyası*, (Çev: Ramazan Şeşen), Yeditepe Yayınevi, İstanbul.
İbn Rüsteh. (2017). *El-A'lâku'n-Nefise (Dünya Coğrafyası)*, (Çev: Ali Fuat Eker), Ankara Okulu Yayınları, Ankara.
İbnü'l Esîr. (1991), *El-Kâmil fi't-Târîh Tercümesi*, (Çev: Abdülkerim Özaydın), Cilt IX, İstanbul: Bahar Yayınları.
İstoriya Kazakhsoy SSR, (1979). (S Drevneyşih Vremen Do Naşih Dney), İzdatel'stvo Nauka Kazakhsoy SSR, T. 2, Alma-Ata.
Jankowiak, M. (2017). What Does the Slave Trade in the Saqaliba Tell Us about Early Islamic Slavery?, *International Journal of Middle East Studies*, 49, 169–172.
Kafesoğlu, İ. (2000). *Harezmşahlar Devleti Tarihi (485-618/1092-1221)*, Türk Tarih Kurumu, Ankara.
Kallaur, V. A. (1903). Drevnie goroda i seleniya (Razvalını) v Perovskom uezde v doline r.r. Sır-Dar'i i Yanı-Dar'i, // PTKLA, VIII, Taşkent, No:9.
Kallaur, V. A. (1904). Razvalını Drevnih Krepostey po reke Yanı-Dar'ye //PLKLA, IX, Taşkent, 56-59.
Kâşgarlı Mahmud. (2018). *Divanü Lûgat-it Türk*, (Çev: Besim Atalay), Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
Kazakhstan Tarihı (Köne Zamannan Buginge Deyin). (2010). [History of Kazakhstan (From Antiquity to The Present Day)]. Bes Tomdık. Tom 1., Atamura, Almatı.
Khazanov, A. M. (2005). Nomads and Cities in the Eurasian Steppe Region and Adjacent Countries: A Historical Overview, *In Shifts and Drifts in Nomad-Sedentary Relations*, (edited by Stefan Leder and Bernhard Streck), Wiesbaden: Dr. Ludwig Reichert Verlag, 163–78.
Kilger, C. (2008). Kaupang from Afar: Aspects of the Interpretation of Dirham Finds in Northern and Eastern Europe between the Late 8th and Early 10th Centuries, *In Means of Exchange: Dealing with Silver in the Viking Age,* Kaupang Excavation Project Publication Series, vol. 2 – Norske Oldfunn XXIII, (edited by Dagfinn Skre), Aarhus: Aarhus University Press. pp. 199–252.
Kononov, A. N. (1958). *Rodoslovnaya Turkmen (Soçinenie Abu-l-Gazi)*, İzdatel'stvo Akademii Nauk SSSR, Moskva-Leningrad.
Kovalev, R. K. (2005). Commerce and Caravan Routes along the Northern Silk Road (Sixth to Ninth Centuries). Part 1: The Western Sector, *Archivum Eurasiae Medii Aevi*, (14), 55–105
Kurat, A. N. (2016). *Peçenekler,* (Çev: Ahsen Batur), Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
Lee, J.-Y., & Kuang, S. (2017). A Comparative Analysis of Chinese Historical Sources and Y-DNA Studies with Regard to the Early and Medieval Turkic Peoples, *Inner Asia*, (19), 197–239.
Lerh, P. İ. (1868). Arxeologicheskaya Poezdka v Turkestanskiy Kray Letom 1867 goda, *Tipografiya İmperatorskoy Akademii Nauk*, Sankt Peterburg.
Levina, L. M. (1971). Keramika Nizhney i Sredney Syrdarii v 1 tysyacheletii n.e. (The Pottery of the Lower and Middle Syrdarya in the 1st millennium AD), Moskva Nauka.
Mesudî. (2011). *Murûc Ez-Zeheb (Altın Bozkırlar)*, (Çev: Ahsen Batur), Selenge Yayınları, İstanbul. (2011).
Meyendorf, E. K. (1975). Puteşestvie İz Orenburga v Buharu, *Glavnaya Redakstiya Vostoçnoy Literaturı*, Moskva.
Meyer, L. L. (1865). *Kirgizskaya Step Orenburgskogo Vedomstva*, Sankt Peterburg.
Miller, K. (1926). *Mappae Arabicae*, Arabischewelt-und Landkarten des 9-13 Jahrn. Bd. I, Stuttgart.
Ölmez, Z. (2019), *Oğuzname Kaynağı Olarak Şecere-yi Terâkime*, BilgeSu Yayınları, Ankara.
Pşeniçnova, E. A. (2014). Restavratsiya Oçajnoy Podstavki, *Kompleksnıe İssledovaniya Gorodişa Djankent (Rabotı 2011-2014 gg.)*, Almatı, 290-292.
Shorayev, B. (2023). *Kazakistan'da İpek Yolu Üzerinde Gelişen Mimari Miras*, (Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
Sıdıkova, J. T. (2014). Mesto Djankenta v Srednevekovoy İstorii Priaral'ya: ;Oguzı i İh Goroda Po Pis'mennım İstoçnikam, *Kompleksnıe İssledovaniya Gorodişa Djankent (Rabotı 2011-2014 gg.)*, Almatı, 11-15.
Stasova, V. V. (1894*). Sobraniye Soçineny (1847-1886)*, Tom 2, Sankt Peterburg,
Sümer, F. (1959). Oğuzlara Ait Destani Mahîyette Eserler, *AÜDTCF Tarih Araştırmaları Dergisi*, C. XVII, S. 3/4, 359-455.
Sümer, F. (1972). *Oğuzlar (Türkmenler) Tarihleri-Boy Teşkilâtı-Destanlar*, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.
Şeşen, R. (2017). *İslam Coğrafyacılarına Göre Türkler ve Türk Ülkeleri*, Bilge Kültür Sanat Yayınları, İstanbul.
Şihabettin b. Fazlullah El-Ömerî. (2014). *Türkler Hakkında Gördüklerim ve Duyduklarım (Mesâliku'l Ebsâr)*, Selenge Yayınları, İstanbul.
Tajekeyev, A. (2011). Ortagasırlık Jankent Kala Jurtı Manındağı Eskertkişterdin Zertteui Men Ornalasuı, *Habarşı/Vestnik Tarih Seriyası*, El-Farabi Atındağı Kazak Ulttık Universiteti, No: 2 (61), Almatı.
Togan, A. Z. V. (1982). *Oğuz Destanı (Reşideddin Oğuznamesi, tercüme ve tahlili)*, Enderun Yayınları, İstanbul.
Togan, A. Z. V. (2019). *Umumi Türk Tarihine Giriş (En Eski Devirlerden, Asra Kadar)*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
Tolstov, S. P. (1962). *Po Drevnim Deltam Oksa i Yaksarta*, İzdatel'stvo Vostoçnoy Literaturı, Moskva.
Tolstov, S. P. (1947). Goroda Guzov, *Sovetskaya Etnografiya*, İzdatel'stvo Akademiyi Nauk SSR, Moskva, 55-102.
Tolstov. S. P. (1948). *Po Sledam Drevne Horezmiyskoy Tsivilizatsii*, İzdatel'xtvo Akademii Nauk SSSR, Moskva-Leningrad.
Ya'kubî. (2002). *Ülkeler Kitabı*, (Çev: Murat Ağarı), Ayışığıkitapları, İstanbul.

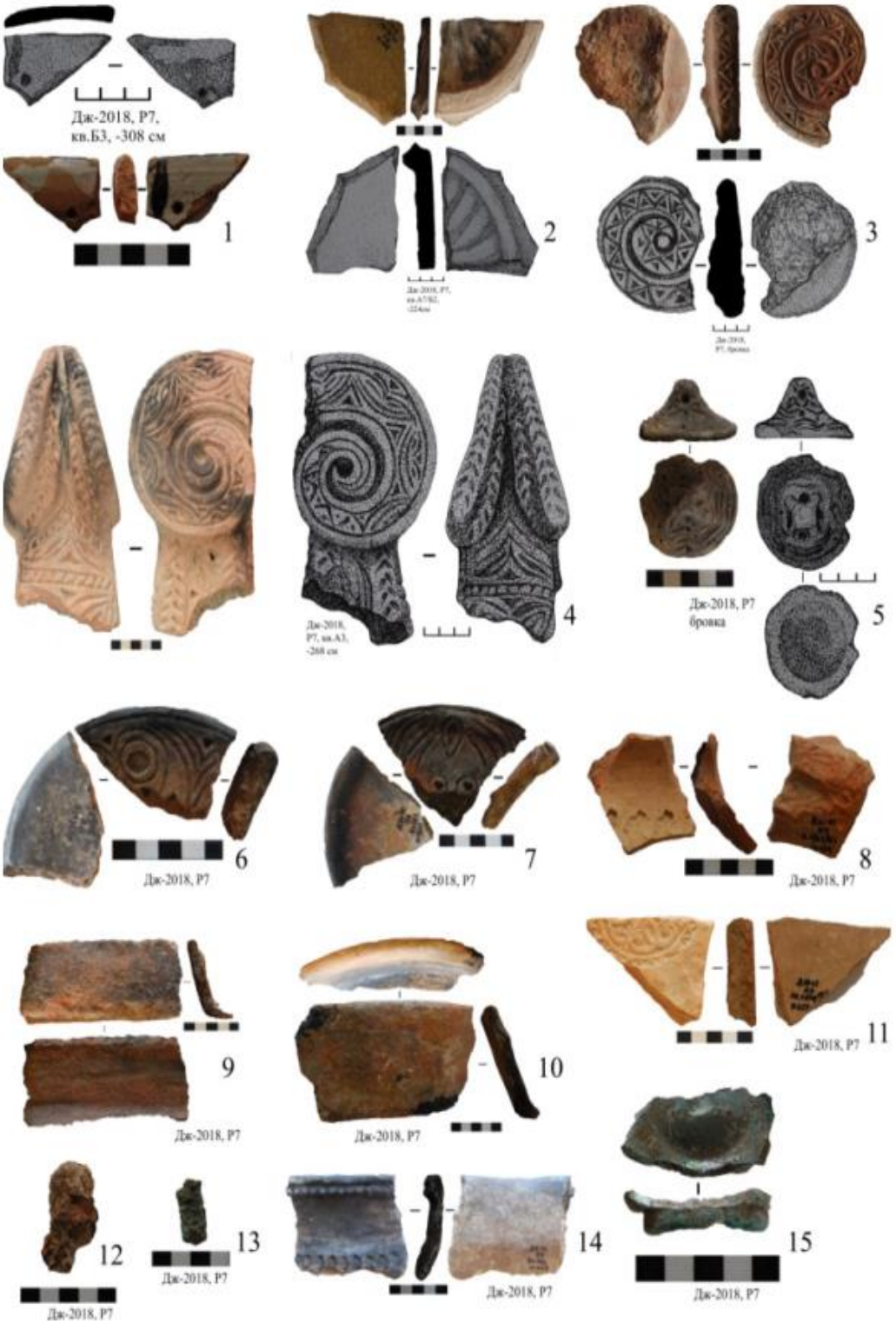
Song, L. (Ed.). (1976). *Yuan shi* [History of the Yuan dynasty]. Beijing: Zhonghua Shuju.
Zinyakov, N. M. (2019). İstoriçeskie Predposılki Obrazovanniya i Razvitiya Srednevekovıh Gorodov Semireç'ya i Yuhnogo Kazakstana, *Vestnik Kemerovskogo Gosudarstvennogo Universiteta*, 21(4), 932–939.

EXTENDED ABSTRACT

Yengikent is a city that plays a key role in understanding not only the political history of Medieval Turkistan but also its archaeological and cultural transformations. Being the winter capital of the Oghuz Yabgu State made it a center of governance; its strategic location at the crossroads of the Silk and Fur routes transformed it into a hub for both trade and cultural exchange. In this context, Yengikent is not only a local city but a spatial representation of the multilayered development processes in the historical geography of Central Asia. In this study, the place of Yengikent in the Middle Ages has been reinterpreted by evaluating written sources and archaeological findings together, and the historical journey of the city has been supported by both textual and material culture documents. The references to the city by names such as "El-Karyetü'l-Hâdise" or "Dih-i Nev" indicate that it was a center significant enough to attract the attention of both Arab and Persian geographers. Sources like Ibn Havkal, Al-Mas'udi, Kashgari Mahmud, and Al-Idrisi contain statements that Yengikent was not merely a geographic stop, but also a center where political decisions were made, trade was organized, and the religious structure was institutionalized. Archaeological findings corroborate these written records. The city planning, defensive walls, inner castle structures, residential areas, and production workshops revealed in excavations clearly show that Yengikent was not just a transient nomadic camp. In this context, the concept of "nomadic capital" is inadequate and misleading for Yengikent. The city is typologically and architecturally closer to the Khwarezm tradition. Elements such as the western neighborhoods arranged in a checkerboard pattern, more organic structures in the east, and the presence of public spaces in the inner citadel reveal that it was part of a settled administrative and economic order. The discovery of Jeti-Asar, Khwarezmian and Oghuz style ceramics together provides not only a technical but also a sociological datum: Yengikent is a city that housed a multicultural, multiethnic, and multilingual population. This is consistent with the general character of Turkistan cities in the early Middle Ages and reflects the spatial projection of the nomadic-settled interactions in the region. Finds such as inscribed tazars, religious objects, samples of Kufic writing, and Arabic-scripted eggs indicate that the city's population was Islamicized not only economically but also religiously. This process affected not only the elite classes but also the lower strata, establishing a network of social relations based on Islam in the city. Economically, Yengikent is a center of production and exchange. Particularly, silver dirhams from the Samanid period, grain transportation from Bukhara, glasswork, ceramics, and metal workshops show that this city was not just a consumer but also a producer. It is understood that, in this respect, Yengikent was in contact with cities like Khwarezm, Farab, and Jend, and that it was integrated into trade routes. It can also be assumed that Yengikent played a mediating role in the flow of dirhams reaching Scandinavia and Eastern Europe. Its role as one of the centers playing a part in intra-Eurasian connections through dirham trade in the 9th-10th centuries places its economic role in a global context. Estimates about the population of the city suggest that it had a settlement of approximately 2000–3000 inhabitants based on the average number of people per hectare. This implies a medium-sized city according to the conditions of the period. Part of this population consisted of administrators and soldiers, part of artisans and merchants, and the remainder comprised locals. The remains of domesticated animals, particularly the improved skeleton of an Iranian-origin cat, indicate that there was a settled, domestic, and agriculture-based lifestyle in the city, even showing that veterinary practices and animal affection found their place. However, this multidimensional rise of Yengikent was not permanent. Starting from the late 10th century, political crises within the Oghuz Yabgu State led to a weakening of central authority and the emergence of local principalities; with the rise of Selçuk Bey, the city entered a process of political instability. During this period, the pressures from the Kipchaks also increased, security along the Syr Darya line weakened, and both the population of Yengikent declined and its economic connections were disrupted. By the end of the 12th century, with the dominance of the Khwarezmshahs in the region, the city lost its autonomy, and the Mongol invasions in the 13th century amounted to its final destruction. The city, ravaged by the Mongols between 1219–1221, could not recover except for a brief period of settlement during the Golden Horde era, and it vanished from the historical stage. The historical process of Yengikent is not just a story of rise and fall; it also provides significant clues about how urbanization, state formation, Islamization, and cultural synthesis operated in Central Asia. The city rose as a center in the state-formation process of the Oghuz; subsequently, it became integrated into regional trade networks, forming a mosaic where different cultures and peoples coexisted. Ultimately, however, due to political rivalries, external threats, and environmental factors, it

gradually lost its importance and faded into history. This research shows that Yengikent is not only a stage for historical and social transformations but also an actor in them. The transition of nomadic Oghuz societies to settled order materialized in this city; the acceptance of Islam among the local populations gained momentum here; commercial and diplomatic relations were established through Yengikent. This makes the city a key example for explaining the dynamics of early Medieval Eurasia, not just as an Oghuz capital. In conclusion, the historical significance of Yengikent should be evaluated at both micro and macro levels. At the micro level, the urban settlement pattern, social structure, and production relations should be analyzed; at the macro level, its participation in the Eurasian trade network, its connections with Oghuz politics, and its role in the Islamization process should be considered. In this context, Yengikent should be considered not only as a central phenomenon of the Oghuz Yabgu State, but also in terms of the political and cultural history of the entire Turkestan region.

Ekler



Ek 1: Yengikent'teki Kazılarda Ortaya Çıkarılan Buluntulardan Örnekler (Heinrich-Bilalov-Amirgalina, 2019, s. 39).

Рис. 53. **Столовые круговые кувшины**

Рис. 52. **Столовый круговой кувшин**

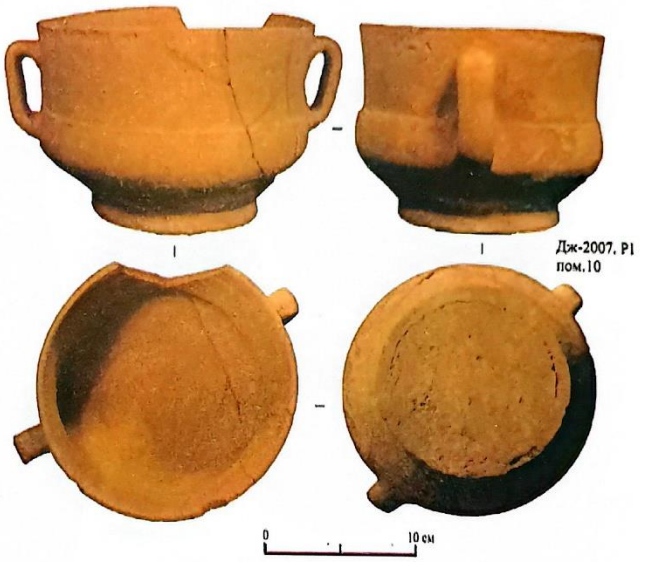


Рис. 54. **Столовый круговой горшок**

Рис. 55. **Столовый круговой горшок**

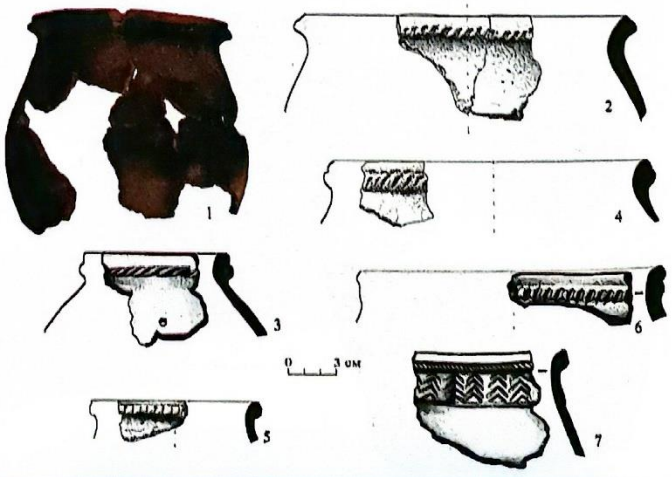


Рис. 56. **Орнамент валик с косыми насечками**

Ek 2: Yengikent'teki Kazılarda Ortaya Çıkarılan Çanak Çömlek Örnekleri (Amirgalina, 2014, s. 238).

Ek 3: Yengikent'teki Kazılarda Ortaya Çıkarılan Çanak Çömlek Örnekleri (Amirgalina, 2014, s. 233).

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Jeti-Asar (Yedi- Asar) Kültürü: Altin-Asar Kalesi'nden Bulunan Runik Yazi ve Antropomorfik Figür Üzerine

Ömer ZAİMOĞLU [1] ve Nazarov Ağabek JENISBEKULU [2]

Öz

Bu makalede Sır Derya'nın (Seyhun) kuzey kesiminde yer alan Jeti-Asar kültürüne ait anıtlarla ilgili yeni veriler sanat tarihi perspektifinden ele alınmaktadır. Jeti-Asar kültürel anıtlarını inceleyen arkeolojik ve etnografik keşiflerden elde edilen bilgiler, Altın-Asar'da bulunan runik yazıtlar, ideogramlar, desenler ile antropomorfik ve zoomorfik nesneler ve figürler çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Ortaçağ Aral bölgesinin zengin maddi kültürü hakkında veriler sağlayan yeterince araştırılmamış bu materyaller ve sanat tarihi metodolojisi açısından derin bir inceleme ve anlama gerektiren önemli bir malzeme toplamını temsil etmektedir. Bu makale, Jeti-Asar'ın küçük bronz heykellerindeki antropomorfik ve zoomorfik imgelerin evrimsel yönünü ve kökenini ilk kez incelemektedir. Bu çalışmada, arkeoloji ve etnografyanın karşılaştırmalı yöntemlerini sanat tarihi perspektifiyle birleştiren bütünleştirici bir metodoloji kullanılmaktadır. Bu çalışmanın bilimsel yeniliği, ortaçağ Jeti-Asar kültürünün antropomorfik ve zoomorfik imgelerini, totemik hayvanların ritüel taklitleri ve antropomorfik temsillerin seramiklerdeki büyülü sembolleri açısından analiz etmektedir. Bu, ortaçağ döneminde Aral bölgesini işgal eden etnik grubun dünya görüşü sistemini anlamada anahtar bir rol oynamaktadır. Çalışmanın temel amacı, antropomorfik ve zoomorfik imgelerin Aral bölgesindeki etnik grupların dünya görüşünü yansıtan geleneklerini incelemektir. Bu amaca ulaşmak için, ortaçağ Jeti-Asar kültüründeki antropomorfik ve zoomorfik temsillerdeki görsel ve anlamsal ifade araçlarını, kompozisyon şemalarını ve yöntemlerini tanımlayıp yorumlama görevleri gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Arkeoloji, Aral Bölgesi, Jeti-Asar, Kale, Mezar höyükleri

Jeti- Asar (Seven Asar) Cuşture: Runic Inscription and Anthropomorphic Figures Found at Altın-Asar Fortress

Abstract

This article examines new data related to the Jeti-Asar culture monuments located in the northern part of the Syr Darya (Seyhun) from an art historical perspective. The information obtained from archaeological and ethnographic expeditions studying the Jeti-Asar cultural monuments, including runic inscriptions, ideograms, patterns, as well as anthropomorphic and zoomorphic objects and figures found in Altın-Asar, forms the basis of this study. These materials, which provide data on the rich material culture of the medieval Aral region, represent a largely under-researched and significant body of material that requires deep investigation and understanding from an art historical methodology standpoint. This article explores for the first time the evolutionary aspects and origins of anthropomorphic and zoomorphic images in Jeti-Asar's small bronze sculptures. The study employs an integrative methodology that combines the comparative methods of archaeology and ethnography with an art historical perspective. The scientific novelty of this work lies in analyzing the anthropomorphic and zoomorphic images of medieval Jeti-Asar culture in terms of ritual imitations of totemic animals and the magical symbols of anthropomorphic representations on ceramics. This plays a key role in understanding the worldview system of the ethnic group that inhabited the Aral region during the medieval period. The main objective of the study is to examine the traditions of anthropomorphic and zoomorphic imagery as a reflection of the worldview of ethnic groups in the Aral region. To achieve this goal, tasks were carried out to identify and interpret the tools of visual and semantic expressiveness, as well as the compositional schemes and methods in the anthropomorphic and zoomorphic representations of medieval Jeti-Asar culture.

Keywords: Archeology, Aral Sea region, Zhetyasar, fortresses, burial mounds

Atıf İçin / Please Cite As:

Zaimoğlu, Ö. ve Jenisbekulu, N. A. (2025). Jeti-Asar (Yedi- Asar) kültürü: Altin-Asar Kalesi'nden bulunan runik yazi ve antropomorfik figür üzerine. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1297-1308. doi:10.33206/mjss.1609776

Geliş Tarihi / Received Date: 30.12.2024 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 06.03.2025

[1] Doç. Dr. - Akdeniz University, Fine Arts Faculty, Antalya, Türkiye, omerzaimoglu@hotmail.com,
ORCID: 0000-0002-9884-8397

[2] Doktora - T. Jurgenov Ulusal Sanat Akademisi, Kazakistan, diz_agabek@mail.ru,
ORCID: 0000-0001-7925-9266

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Giriş

Sır Bölgesi, insanlık tarihi ve medeniyetin gelişiminde büyük öneme sahip kutsal bir bölgedir. Avrasya kıtasının merkezinde yer alan bu bölge, binlerce yıl boyunca Batı ile Doğu'yu birleştirerek, etnik, siyasi ve ekonomik ilişkilerde büyük bir öneme sahip olmuştur. Orta Kazakistan'da gelişen göçebe hayvancılık ve Orta Asya'da yerleşik tarım kültürünü oluşturan halklar için, Sır'ın aşağı akışı yüzyıllar boyunca altın bir köprü işlevi görmüştür. Taş Devri'nden bu yana bölgeyi mesken tutan sakinler, her dönemde kendilerine özgü kültürler oluşturarak geliştirmiştir.

Son yıllarda, Kazak topraklarında birçok arkeolojik buluş ortaya çıkmaktadır; bunların arasında yerleşim alanları, kaleler, ortaçağ şehirleri, mezar anıtları, türbeler ve kurganlar bulunmaktadır. Bu keşiflerin en büyük yeniliklerinden biri, eski yazıtların bulunmasıdır. Günümüzde, Avrasya'nın Güney Sibirya, Orta Asya ve Doğu Avrupa'daki runik yazıtlarının birçok yeni keşfi, eski Türklerin yazılı kültürünü araştıranların dikkatini Orhon-Yenisey türündeki eski Türk yazıtlarına çekmektedir (Rogozhinsky, 2010).

Bu yazıtların arasında, ülkemizin bölgesinden bulunan eski Türk runik yazıtları az sayıdadır; en fazla sayıda yazıt, Sırderya ve Talas nehirleri vadilerindeki ortaçağ şehirlerinden bulunmuştur. Bu durum, devletliliğin bir simgesi olup, bulunan yazıtların okunması ile birlikte tarihin yeni sayfaları açılacaktır (Kyzlasov, 1994; Vasil'ev, 2006). (resim 6). Yazıların bulunduğu anıtlardan biri, Orta Asya bölgesinde, Kazak bozkırındaki Aral çevresinde yer almaktadır; bu bölge, antik çağlardan günümüze kadar burada yaşamış pek çok halk için kutsal ve rahat bir bölge olmuştur. Sırderya'nın aşağı akışı, Doğu Aral bölgesi, Avrasya'nın yapısındaki birçok halkın etnik tarihi içinde, özellikle Orta Asya, Kafkaslar ve İdil boyu için özel bir öneme sahiptir.

Kuzeydoğu Aral bölgesi, Sırderya'nın aşağı akışı, Kızılkum Çölü, Aral bölgesindeki Karakum Çölü, Küçük ve Büyük Borsık kumulları, eski Taş Devri Paleolitik çağdan itibaren çeşitli kabileler ve halklar tarafından mesken tutularak, dünyada eşi benzeri olmayan medeniyetler kurmuş ve harika arkeolojik anıtlar bırakmıştır. Kumlarla örtülmüş bu medeniyetlerin tanıkları - bugün tepeler halinde yığılı duran yüzlerce şehir kalıntısı ve mezar alanları, yani arkeolojik anıtlardır.

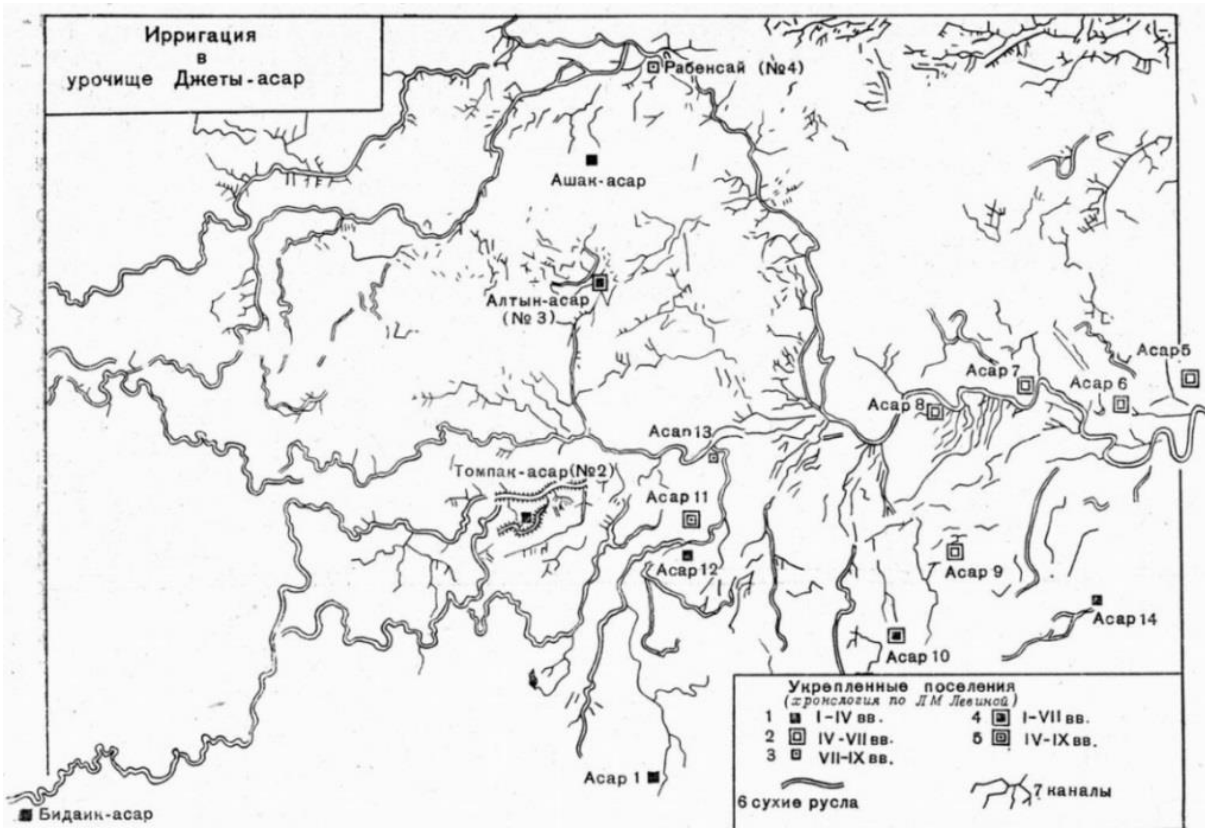
Kuzeydoğu Aral bölgesinde bulunan ve dünya bilim insanları tarafından bilinen özel anıtlar şunlardır: Paleolitik döneme ait Aral ve Ayteke Bi yerleşimleri, Neolitik döneme ait Seksevil ve Kumsay yerleşimleri, Tunç Çağı'na ait Tapa yerleşimi ve Kuzey Tügüsken mezarları, Sakaların Şirik-Rabat, Balandı, Babış Mola, Sengir Tam şehir-mezarları, Kanglı kabilelerinin Jeti-Asar anıtları, Oğuzların Cankent, Cent, Asanas, Sırlı Tam ve Altın Orda dönemine ait Kışkala (Barşınkent), Mıngtepe ve Kazak hanlıklarının başkenti olan Sıganak şehri ve daha birçok şehir bulunmaktadır.

Yöntem

Makale, disiplinler arası yöntemlere dayanarak, dünya tarihi, tarihi coğrafya, etnoloji, dilbilimi gibi alanların yöntemlerine (karşılaştırmalı, tarihsel, nesnellik ilkeleri, kaynak araştırması, kartografik, arkeolojik veri analizi, zihinsel tarih, sözlü tarih, göstergebilimsel-semantik yöntemler) dayanmaktadır. Makalenin yöntem bölümü ile ilgili bilgiler burada yer alacak.

Sırderya'nın aşağı akışı ve jeti-asar kültürü

Bunlar arasında, çok katlı yapıları ile dikkat çeken ve Kızılorda ilinin Sırderya, Jalağaş, Karmakşı ilçeleri bölgesi ile Batı Avrupa–Batı Çin uluslararası ulaşım koridoru güzergahında yoğunlaşmış olan, arkeologlar tarafından çokça araştırılmış fakat yerel halk tarafından pek tanınmayan Kanglı-Hun kabilelerinin arkeolojik kalıntısı "Jeti-Asar Anıtları" bulunmaktadır. Yüksek tepeler şeklinde yer alan bu küçük şehirler, yerel halk tarafından verilen isimlerle Jetïm Asar, Altın Asar, Tompak Asar, Üngirlï Asar, Bïdayık, Şirkeyli gibi adlarla bilinmektedir (Resim 1).



Resim 1. *Jeti Asar Kanyonu'nun sulama sistemleri (hazırlayan: B.V. Andrianov, Drevnie orositelnye sistemy Priaralya (Aral Bölgesi'nin Antik Sulama Sistemleri , Moskova, 1969 eserinden alınmıştır).*

Coğrafi konumu

Sırderya'nın aşağı akışındaki eski kolları olan Kuandar'ya ve Eskidar'ya kanallarının kıyısında yer almaktadır. Bu kanalların çevresinde gruplar halinde yer almıştır. Jeti-Asar vadisi, geniş bir çorak düzlükte yer almakta olup, bu düzlükte hiçbir bitki izi bulunmayan uçsuz bucaksız bir kil çölüdür. Bu çorak düzlük, kuzeyde Josa'lı çölüne doğru kayan kumlu bir alanla sınırlıdır. Bu düzlüğün üzerinde, sonraki ortaçağ şehirleri ve sulama sistemlerinin kalıntıları yer almaktadır. Bu vadinin güneyinde, bulunmamaktadır. Jeti-Asar vadisi, Kuandar'ya kanalının doğu ve kuzey koluyla kesişmektedir. Bu kesişen kanalların kıyısında Jeti-Asar şehirleri yer almıştır. Bu kalıntıların çevresinde iyi gelişmiş sulama sistemleri havadan bakıldığında net bir şekilde görülmektedir. Şehirlerin çevresindeki büyük ana kanallar, bu bölgelerde yaşamın hareketli olduğunu açıkça göstermektedir (Tazhekeyev, Kurmaniyazov, Kanalhan, 2022).

Günümüzde, Jeti-Asar şehirleri hakkında birçok arkeolojik çalışma ve Kazakistan tarihi ile yöre bilimi çalışmalarında Kanglı-Hun dönemine ait olduğu ifade edilmekte ve yazılmaktadır.

Jeti-asar isminin anlamı

Jeti-Asar teriminin anlamı, "Kazakların Etnografik Kategoriler, Kavramlar ve Terimler Geleneksel Sistemi" adlı ansiklopedik derleme kitabında, yedi sayısı eski Kazakların anlayışında sayısal anlamından farklı olarak etno-kültürel öneme sahip sayılardan biridir. Yedi sayısı, eski zamanlardan beri çeşitli içerikteki deyimlerin ve atasözlerinin oluşumuna kaynaklık etmiştir (Älimbay, 2017; Qonyratbayev, 1996).

Asar - Toplumsal yardımlaşma

"Asar," topluluk olarak yardım amacıyla düzenlenen etkinliklerin adıdır. Genellikle, ahır, ev yapımında kısa sürede belirli miktarda işi tamamlamak için aileler "asar" düzenlerdi. Buna Kazaklar "asar" der. Yani, asar, akraba ve köylülerin bir aileye toplu olarak gösterdiği yardım olarak adlandırılır**.**

Jeti-Asar anıtlarının araştırılma tarihi

Jeti-Asar şehirleri ve Aral çevresi üzerindeki araştırmalar, XIX. yüzyıl sonu - XX. yüzyıl başlarında yerel tarihçilik döneminde ilk olarak Türkistan Arkeoloji Amatörler Derneği ve bazı bilim insanları A.I.

Levshin, A.I. Makşeev, P.I. Lerh, L. Meyer, A. Simonov, İ.A. Kastanye, V.A. Kallaur gibi yerel bilim insanlarının çalışmalarında yer almaktadır[3] (Simonov, 1900; Qartaeba, 2015).

Yerel bilim insanları arasında Rus subayı A. Simonov, "Turkestanskie Vedomosti" gazetesinde Jeatısar şehirleri hakkında yerel halktan topladığı efsanevi hikayeler ve Altın Asar ile Üngirli Asar yerleşimlerinin tanımlarını yapmıştır. Bu efsaneleri çevirecek ve düzenleyecek olan önemli edebiyatçı ve yerel tarihçi bilim insanı, baba-oğul Aeüelbek ve Tınısbek Konyratbaev'in eserlerinde bulabilirsiniz.

Jeti-Asar anıtlarının araştırılma tarihine değinildiğinde, yukarıda bahsedilen bilim insanlarının eserlerine kesinlikle değinilmelidir. Son araştırmalarda, etnograf T. Kartayev'in "Sır Bölgesinin Geleneksel Etnografyası" adlı monografisinde bu konu kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Sır bölgesindeki Kazakların tarihi etno-coğrafyası, demografisi, geleneksel hayvancılık ve tarım hakkında ayrıntılı bilgiler verilmiştir (Kurmaniyazov, 2016).

Jeti-Asar şehirleriyle ilgili son araştırmalar arasında, Korkıt Ata adındaki Kazakistan'daki Çızılorda Üniversitesi "Arkeoloji ve Etnografya" bilim merkezi uzmanları A.Ä. Tazhekev, R. Darmenov, S. Bilalov, Y.S. Kurmaniyazov, J.K. Sultanjanov'un bilimsel makaleleri bulunmaktadır. Bu uzmanlardan bazıları, Jeatısar şehirlerinin kaybolan isimlerini geri kazanmak için XVIII-XX yüzyıl başlarında Rus İmparatorluğu tarafından yapılmış haritalarla çalışmalar yaparak bazı şehir isimlerini eski orijinal adlarına geri döndürmeye yönelik bilimsel makaleler yayınlamaktadır (Tazhekeev & Kurmaniyazov, 2016; Kurmaniyazov, 2016).

Jeti-Asar şehirlerinin arkeolojik olarak kapsamlı araştırılması, XX. yüzyıl 1946-1991 yılları arasında Horazm Arkeolojik Etnografik Ekspedisyonu tarafından Sırderya'nın aşağı akışında "Jeatısar Kültürü" adıyla bilinen, Kanglı-Hun dönemi anıtlarının keşfiyle bilimsel literatüre kazandırılmıştır (Eleuo & Kurmaniyazov, 2017), (Tazhekeev & Kurmaniyazov, 2017), (Kurmaniyazov, 2017), (Tolstov, 1948), (Tolstov, 1948b).

Sırderya'nın eski kuzey kanalları Kuandariya ve Eski Daryalık'a doğru dağılmıştır. Jeti Asar kompleksinin anıtlarını 1948-1951 yıllarında S.P. Tolstov Jeti Asar No. 3 (Altın Asar), Jeti Asar No. 9 kalelerinde ve birkaç ayrı höyüğünde kazı çalışmaları yapmıştır. 1958, 1962-1963 ve 1966 yıllarında diğer Jeti Asar anıtlarında kazı çalışmaları devam etmiştir.

S.P. Tolstov'un araştırmalarının sonuçları 1948'de "Eski Horezm Uygarlığının İzinde", "Eski Horezm" ve 1962'de yayımlanan "Oks ve Yaksart Nehirlerinin Eski Deltaları Üzerinde" adlı eserlerinde bölge tarihinin derinliğini ortaya koymaktadır. Horezm ekspedisyonunun Sovyet döneminde yaptığı araştırmaların sonuçları yıllık olarak yayımlanan "Horezm Arkeolojik-Etnografik Ekspedisyonu Çalışmaları" adlı eserde yayınlanmıştır (Tolstov, 1962), (Levina, 1971).

1971-1991 yılları arasında Jeti Asar anıtlarındaki araştırmalar, Horezm ekspedisyonunun liderliğini yapan L.M. Levina'nın önderliğinde Altın Asar ve Tompak Asar şehirleri ile höyüklerinde kapsamlı kazılar yapılmıştır (Levina, 1996)

L.M. Levina'nın 1972-1991 yıllarında yürüttüğü araştırmaların sonuçları, sadece 1992-1995 yıllarında "Syrdarya'nın Alt Havzası Eski Çağlarda" adlı beş ciltlik eserde yayımlandı, 1996'da ise "Doğu Aral Bölgesinin Etnokültürel Tarihi, MÖ 1. Bin Yıl – MS 1. Bin Yıl" adlı son monografisi yayımlandı (Kurmankulov, Tazhekeev, Äbdíqaliqov).

Bu araştırmalar sonucunda Jeti Asar kültürünün maddi ve manevi kültürü, şehir kurma sanatı, mimarisi ve tarım gibi değerli arkeolojik ve tarihi veriler elde edilmiştir. Bu veriler, daha önce belirtilen eserlerde yayımlanarak belirli tarihlerde yayımlanmıştır. Bugün Moskova'daki Doğu Halkları Müzesi, N.N. Miklukho-Maklay Etnoloji ve Antropoloji Enstitüsü ve Almatı'daki Merkezi Müze, Kyzylorda Bölge Tarih ve Bölge Müzeleri'nde bu değerli buluntular sergilenmektedir (Baipakov & Kurmankulov, 2011).

Bağımsızlık sonrası 2006-2007 yıllarında, A.H. Margulan Arkeoloji Enstitüsü'nün Şırıkabat Arkeolojik Ekspedisiyonunun keşif birliği (lideri J. Kurmankulov), "Kültürel Miras" programı kapsamında "Kyzylorda Bölgesi Anıtlar Kataloğu"nu yayınlama amacıyla Jeti Asar anıtlarında kapsamlı arkeolojik keşif çalışmaları yapmıştır. Bu arkeolojik araştırmalar sadece Jeti Asar vadisinde kazı çalışmaları yapılmıştır. Doğu Asar'lara sadece keşif çalışmaları yapılmış ve şehirlerin yüzey katmanlarından seramik malzemeler toplanmıştır.

[3] Protokoly zasedaniy i soobshcheniy chlenov Turkestanskogo kruzhka lyubiteley arkheologii. (2011). Istoriko kul'turnye pamyatniki arkheologii Kazakhstana, 6-1, 15-20;. Turkistan.

2007'de Rusça, 2011'de ise Kazakça olarak Kyzylorda Bölgesi Anıtlar Kataloğu, coğrafi koordinatları ve yerleşim alanlarının görselleriyle birlikte yayımlanmıştır[4].

Bu arşiv materyalleriyle yapılan çalışma sonucunda Jeti Asar kültürünün şehirlerinden Altın Asar şehri (Jeti Asar No. 3) hakkında değerli veriler bulunmuştur.

Genel olarak Altın Asar, Jeti Asar şehirleri arasında en büyük şehir olup, S.P. Tolstov'un görüşüne göre Jeti Asar anıtlarını üçüncü grupta yer alan güçlü bir surla çevrili, birkaç büyük yapısı olan büyük bir anıt olarak tanımlamaktadır. Altın Asar, trapez şeklinde eğik bir yapıya sahip olup, 17 hektarlık alana yayılmış, dört höyükten oluşan bir komplekstir.

Kale içindeki yapılar "Büyük Ev", "Küçük Ev" ve "Kervansaray" olarak adlandırılarak tanımlanmıştır.

Eser, S.P. Tolstov tarafından 1946 yılında HAAE keşif ekspedisyonu sırasında keşfedilmiş ve tanımlanmıştır. Höyükler farklı zamanlarda inşa edilip daha sonra tek bir savunma sistemine entegre edilmiştir. Yerleşimin iç bölgesinde yapı kalıntıları korunmuştur. Bu dört höyüğün en büyüğü "Büyük Ev" olarak adlandırılmış ve spiral planlı olup 165x165 m boyutlarında, yüksekliği 15 m'dir. Bu tür spiral planlı höyük ve kaleler, Jeti Asar dışında başka bir yerleşim alanında görülmemektedir. Ancak, kronolojik ve coğrafi olarak uzak olan Küçük Asya'daki yapılar arasında spiral planlı yapılar geleneksel kabul edilmektedir.

MÖ 1. binyılın ortalarında, Altın Asar kompleksinin kuzeybatı köşesinde bir kale inşa edilmiş olmalıdır. Ateşleme delikleri bulunan duvarın yüksekliği 5 m, yuvarlak şekilli höyüğün çapı ise 50 m'dir. Bu, yerleşim alanındaki en son yapı özelliğini taşır ve beşgen planlı, 800 metrekare alana sahip olan "Büyük Ev"deki kale olarak adlandırılmaktadır (Baipakov & Kurmankulov, 2011. S.336-337).

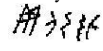
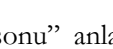
"Büyük Ev"in köşe duvarlarında ve ana giriş kapısında, kare şeklinde 40x40x9 cm boyutlarında tuğlalardan yapılmış, kuleler bulunan yapılar vardır. Kazı çalışmaları, kültürel katmanların kronolojisini iki döneme ayırmıştır: alt katman "değirmen taşları katmanı" (MÖ 1. binyıl) ve üst katman "değirmenler katmanı" (III-VII yüzyıllar). Kale, Jeti Asar II ve III dönemi boyunca yaşamıştır (Kurmankulov, Tazhekeev, Äbdíqaliqov, 2011, s.369).

Altın Asar'ı çevreleyen 30 oval kuleli savunma duvarı ve "Büyük Ev"in yapısının aynı anda inşa edilmiş olması muhtemeldir. Duvarın korunmuş yüksekliği 5 m olup, yapılar birbirinden farklı pahsa bloklarından yapılmış gibi gözükmektedir. Bu durum, savunma sisteminin birkaç dönem boyunca geliştiğini göstermektedir (Levina, 1996: 30).

Uzun yıllar süren araştırmaların sonucu olarak, Jeti Asar kültüründen, Kanglı kültürüne ait özellikler ayırt edilmiştir. L.M. Levina, bir araya getirilen arkeolojik verileri inceleyerek, Sırderya vadisinde üç kültürün birlikte yaşadığını göstermiştir. Bunlar: Otrar-Karatau, Kavunşi ve Jeti Asar kültürleridir (Kurmankulov vd. 2011, s.369-423)

Altın Asar yerleşimindeki "Kervansaray" yapısı beşgen şekillidir. Ön kapısının korunmuş yüksekliği 6-8 m'dir. Yapının arka kısmı kötü korunmuş, duvarlar yıkılmış ve yalnızca küçük bir tepe şeklinde kalmıştır. Harezm ekspedisyonu tarafından kapsamlı kazı çalışmaları yapılmış ve araştırılmıştır.

Altın Asar Kalesi'nden bulunan runik yazıt.

1987 yılında Altın Asar kalesinin "Kervansaray" binasının alt katında, bir seramik kabın kenarına yazılmış eski runik yazıt bulunmuştur. Klyashtorniy S.G. ve Levina L.M., "Altın Asar (Doğu Aral Bölgesi) Kale Alanında Bulunan Bir Runik Yazıt Üzerine" başlıklı makalelerinde, bu yazıtı okurken elde ettikleri ana sonuçları ortaya koymuşlardır. Doğu bilimci ve akademisyen S.G. Klyashtorniy, yazıyı okurken ilk kelimeleri  ()-"утесгъй", Oset dilinde "diogr", İran lehçesinde yazılmış olan "uodesæg", Farsçada "udxæssæg" olarak geçer ve "ölüm meleği" (ölülerin ruhlarını getiren kişi) olarak çevrilir. "Ölüm, hayatın sonu" anlamına gelir. İkinci sözü  ("йекъевб", Oset dilinde "акъupp kænyn" – (пить до дна) "sonuna kadar içmek" anlamına gelir. Tokhar dilinde "yoko" – içmek demektir. Üçüncü söz ( ) – "Geyik" kelimesi, Oset dilinde "kæuæg" olarak (плачущий) yani "ağlayan"

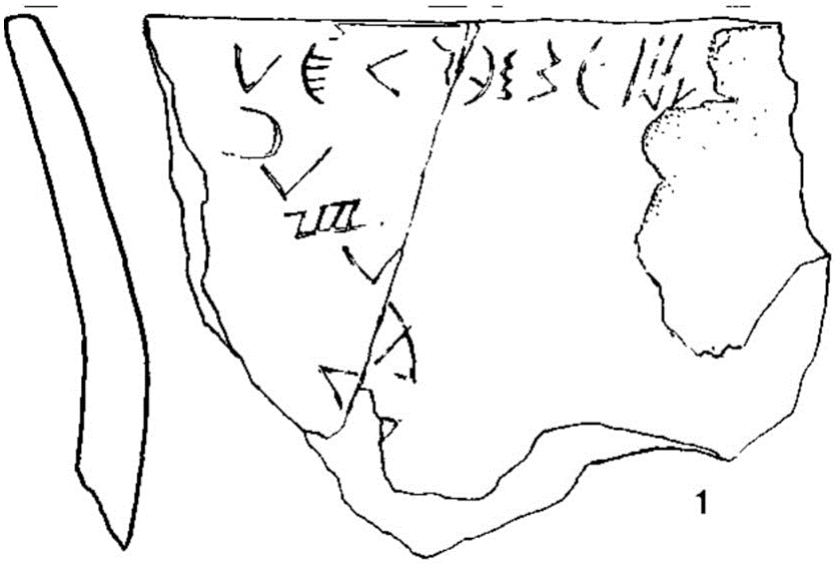
[4] Khorezm arkeologiyalyq etnografiyalyq ekspeditsiyasi arkhiv qory. (2015). Qyzylorda oblystyq tarihi-ölketanwnaw muzei qory arkhivi. s26-34.

anlamına gelir. Diğer kelimeler, çömleğin ağzında korunmamış. S.G. Klyashtorny, bunun bir ritüel kabı ile ilgili olduğunu belirterek yazının 7. yüzyıla tarihlendiğini söylemiştir. Bu dönemde runik yazının değişikliğe uğradığını ve Moğolistan, Yenisey, Jetisu ve Doğu Türkistan'da resmi dil olarak kullanıldığını ileri sürmüştür (Klyashtornyy ve & Levina, 1989), (Klyashtornyy, 1964), (Tazhekeev vd. 2022).

Altyn Asar şehrinde bulunan çömlek üzerindeki yazı, tarihçi ve arkeologlar için çok ilginç bir veri sunmaktadır. Bilim adamlarına göre, "Kervansaray" yapısından elde edilen bu yazı, 7-8. yüzyıllara tarihlenmektedir. Günümüzde bu yazıya sahip çömlek, Rusya Bilimler Akademisi N.N. Miklukho-Maklay adına Etnoloji ve Antropoloji Enstitüsü'nde korunmaktadır(Resim 2).

Günümüzde Altyn Asar şehrini korumak ve muhafaza etmek amacıyla, 2020-2022 yılları arasında Korkut Ata Kızılorda Üniversitesi "Arkeoloji ve Etnografya" bilim merkezi personeli ile Kazakistan Cumhuriyeti Kültür ve Spor Bakanlığı'na bağlı "Kazrestavratsiya" Devlet Şirketi'nin mimarları ortak bir keşif gezisi yapmış ve bu alanda restorasyon çalışmaları yürütmüştür (Levina & Chizhova, 1995).

Bugün, Rusya Bilimler Akademisi N.N. Miklukho-Maklay adına Etnoloji ve Antropoloji Enstitüsü'nden getirilen Horezm sefer arşiv belgeleri üzerinden yapılan araştırmalar, genel olarak Sır bölgesi arkeolojisi için henüz açığa çıkmamış birçok yeniliği barındırmaktadır.



Resim 2. *Altın Asar şehrinde bulunan toprak kap üzerindeki yazı. (L.M. Levina, Etnokulturnaya istoriya Vostochnogo Priaralya I tysyacheletie do n.è. - I tysyacheletie n.è. (Doğu Aral Bölgesi'nin Etnokültürel Tarihi, MÖ 1. binyıl - MS 1. binyıl eserinden alınmıştır).*

Jeti Asar anıtlarından bulunan antropomorfik ve zoomorfik tasvirler hakkında

Jeti Asar şehirleri ve höyüklerinden, antropomorfik ve zoomorfik tasvirler ile diğer kültürel nesneler oldukça fazla miktarda bulunmuştur. Özellikle, insan figürleri, antropomorfik motifler, insanların yanı sıra karışık unsurların sembolik tasvirleri dikkat çekicidir. Jeti Asar yerleşimlerinin kültürel katmanlarında ve höyüklerdeki mezar eşyalarının (araçlarının) arasında birçok antropomorfik ve zoomorfik tasvirlerle karşılaşılmaktadır (Kurmankulov vd. 2011: 243).

Zoomorfik motiflerde gerçek hayvan tasvirlerinin yanı sıra stilize edilmiş sembolik çizimler de yer almaktadır. Bu motifler, hayvanların eski insanların yaşamındaki yerini ve etkisini gösterir. Şahin, yılan, horoz, tavuk gibi şematik ve dekoratif tasvirler, hayvanların ve kuşların özelliklerini belirginleştirip onlara mistik nitelikler kazandırır (Levina, 1993, fig. 72).

Zoomorfik tasvirler arasında balıkların, kuşların, yılanların, koyunların, köpeklerin (belki kurtların), ceylanların, geyiklerin, develerin, atların, filin ve benzeri birçok sembolik (şematik) çizimleri görmek mümkündür.

Metallerden yapılan antropomorfik erkek figürleri genellikle bronzdan dökülmüştür ve bunlar Jeti Asar höyüklerindeki mezar anıtlarından çıkarılmıştır. Özellikle Altınasar höyüğünün 44, 71, 86, 56, 108 numaralı mezar höyüklerinden, 376 ve 422 numaralı Altınasar höyüğünün 4 numaralı yuvarlak mezar odasından ve Kossasar höyüğündeki mezar alanlarından elde edilmiştir.

Bu figürler, genellikle milattan önceki son yüzyıllardan milattan sonra 5-6. yüzyıllara kadar uzanan döneme ait, topraktan kazılmış mezarlarda, kil tuğladan yapılmış mezar odalarında da bulunmuştur. Kil tuğladan inşa edilen mezar alanlarının %84,4'ünden fazlası soyulmuş olup, bulunan antropomorfik metal figürler, çoğunlukla çocuk mezarlarından, özellikle 4-5 ve 4-7 yaş arası kız çocuklarının giysilerine iliştirilmiştir.

Erkek figürlerinin bronzdan özel olarak döküldüğü ve erkek silüetini net bir şekilde gösterdiği, yüz kısmının erkeksi özelliklere sahip olduğu, arka kısmının ise düz bir şekilde dökülmüş olduğu görülmektedir. Altınasar ve Kossasar höyüklerinden elde edilen erkek figürleri, çeşitli pozisyonlarda tasvir edilmiştir. Örneğin, iki kolu yanlarda duran veya kollarını göğsünde toplayan erkek figürleri mevcuttur.

Antropomorfik figürlerden, uzun (oval) yüzlü, eğik gözlü, geniş yüzlü, belirgin burunlu, yuvarlak bir erkek silueti rahatlıkla fark edilebilir. Bu tür bronz antropomorfik figürler, Jeti Asar höyüklerindeki mezarlarda %64 oranında milattan sonra 1. yüzyıla tarihlenmekte olup, %18'i milattan önce 4-5. yüzyıllara tarihlenen höyüklerden çıkarılmıştır. İnsan figürlerinin çoğu, Bidayık Asar ve Jeti Asar 2 şehirlerinin kültürel katmanlarından, ayrıca Jeti Asar kültürünün seramik kaplarından da bulunmuştur (Levina, 1993).

Seramik kapların yan yüzeylerinde, net bir şekilde insan figürleri veya ok tutan sahneler tasvir edilmiştir. Bu figürler genellikle kapların kulplarında veya küçük, pişirilmiş toprak heykelcikler şeklinde bulunur.

Tablo 1, 2. *Hazırlayan: Klyaştornıy S.G., Levina L.M. Altın-Asar yerleşiminden bir runik yazıt üzerine (Doğu Aral Bölgesi adlı makaleden alınmıştır).*

L.M. Levina'ya göre, bu figürler Jeti Asar kültürünün özelliklerinden dolayı höyüklerde veya şehirlerin kültürel katmanlarında açıkça görülmektedir. "Jeti Asar kabilelerine antropomorfik insan figürü nereden geldi?" sorusuna L.M. Levina ve L.V. Chijova'nın "Jeti Asar Anıtlarındaki Bazı Antropomorfik ve Zoomorfik Figürler Üzerine" başlıklı makalesinde bu figürler hakkında yeni bilgiler sunulmaktadır. Figürlerin kökeni, doğu Hun kabileleri (Yüeçiler) ile ilişkilendirilmektedir. Bu geleneğin kökeninin, kuzey ve kuzeydoğuya kadar uzanan, özellikle Sarmatların Sargat ve Gorohovo kültürleriyle komşu olan ormanlık bozkır bölgelerinde, Ural'ın batısındaki ve doğusundaki kabilelerden geldiği sonucuna varılmıştır. Jeti Asar kültürüne ait anıtlarda bulunan antropomorfik figürleri, Orta Asya, Kafkasya ve Kırım bölgelerinde de görmek mümkündür (Levina, 1995), (Levina, 1993).

L.V. Chijova'ya göre, Avrasya bozkırındaki bu tür insan ve hayvan figürlerinin bronz döküm tekniği, Tomba, Tobol ve İrtiş bölgesindeki kabilelerde M.Ö. 5. yüzyıldan M.S. 13. yüzyıla kadar varlığını sürdürmüştür. Bu bölgede yaşayan etnik kabileler, çeşitli ekonomik faaliyetlerle uğraşmış ve bu tür erkek figürleri, toplumda kişinin ideolojik ve dini statüsünü göstermiştir (Tairov, 2019, s.71-14).

L.V. Chijova, antropomorfik ve zoomorfik figürlerin dökümle yapılması, işlevsel ve mitolojik rolü hakkında sorulara cevap ararken, Avrasya orman-bozkır halklarının, Ural'ın doğusuna göç eden halkın kökenini unutmamak için bu figürleri kullandıkları sonucuna varmıştır. 1900 yılında, Orenburg bölgesindeki Chelyabinsk ilinin Kunashak ilçesine bağlı Novoburino köyü yakınlarında Sapoğovo'da 20'den fazla bronz döküm insan figürü bulunmuştur. Bu buluntular, tarihte "Sapoğovo Hazineleri" olarak adlandırılmıştır. Bu buluntuların, Gorohovo kültürüne ait kabileler tarafından bırakılmış olabileceği düşünülmektedir. Yapım ve döküm teknolojisi açısından Jeti Asar kültüründen farklıdır. V.Yu. Zuev, bu figürleri şekillerine göre birkaç gruba ayırmıştır. Burada krallar veya prensler, askeri liderler ve rahiplerin figürleri yer almaktadır (Amirg'alina, G. T. 2019).

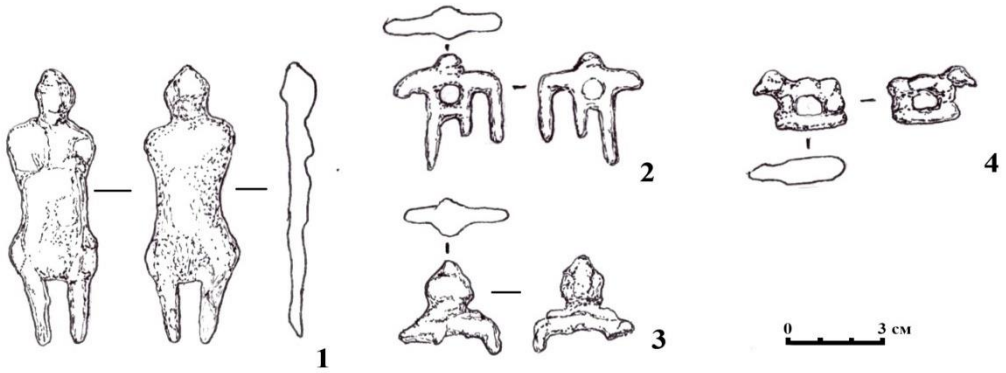
Jeti Asar kültürünün maddi kültüründe, dışarıdan gelen diğer kabilelerin maddi kalıntıları belirgin bir şekilde ayırt edilebilir ve bu kabileler uzun bir süre Jeti Asar halkıyla birlikte yaşamışlardır. Doğu Aral Denizi kıyısındaki Jeti Asar vadisine göç eden kabilelerin, eski göç ettikleri yerle bağlarını koparmadıkları ve Jeti Asar halkıyla asimilasyona uğradıkları gözlemlenebilir. Dışarıdan gelen diğer etnik kabilelerin maddi kültürünü benimseyen yerli Jeti Asar kabilelerinin, uzun süre barış içinde bir arada yaşadığı anlaşılmaktadır.

Günümüzde Jeti Asar kültürüyle ilgili kazı çalışmaları durmuş durumdadır. Sovyetler Birliği döneminde Horezm Arkeolojik-Etnografik Seferi'nin çalışmaları Rusça olarak yayımlandığı için, bu malzemelerin Kazakçaya çevrilip yeniden incelenmesi gerekmektedir.

Daha önce belirtildiği gibi, Jeti Asar kültürüne ait şehirlerin kültürel katmanlarından bulunan seramik kapların yan yüzeylerine kazınmış antropomorfik figürler, son yıllarda Oğuz şehirleri Sortöbe ve Şirkeyli-Kos Asar'da yapılan arkeolojik araştırmalarda da ortaya çıkmıştır (Tazhekeev, 2019, s.418-428).

2019 yılında Korkut Ata Kızılorda Üniversitesi Arkeoloji ve Etnografya Bilim Merkezi, "Kazakistan Restorasyon ve Konservasyon Merkezi" bilimsel araştırma enstitüsü ile birlikte, Altın-Asar yerleşimindeki "Kervansaray" duvarlarında restorasyon çalışmaları gerçekleştirmek üzere bir bilimsel restorasyon ekibi kurdu. Çalışmalar sırasında yüzey tabakasından antropomorfik ve zoomorfik figürler bulundu (Levina, & Chizhova, 1995, s.411-428).

Kervansaray'dan 3 insan ve 1 hayvan şeklinde, toplamda 4 antropomorfik ve zoomorfik figürler bulundu. Bu eserler bronzdan dökülmüştü; bunlardan biri bütün halde, diğerleri ise kırık olarak bulundu. Bütün olarak korunan erkek figüründe, eller bükülmüş şekilde verilmiş (Resim 3,4). Bulunan eserler, Arkeoloji ve Etnografya Bilim Merkezi laboratuvarında temizlenip, restorasyon ve çizim çalışmaları yapıldı. Şu anda antropomorfik ve zoomorfik figürler merkezi sergi salonunda sergilenmektedir.



Resim 3. *Altın-Asar yerleşiminden 2019 yılında bulunan antropomorfik ve zoomorfik figürler*

Resim 4. *Altın Asar "Kervansaray" duvarları, 2019 yılı.*

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

2015 yılında Korkut Ata Kızılorda Üniversitesi Arkeoloji ve Etnografya Bilim Araştırma Merkezi, Kızılorda İl Müzesi Hazine İşletmesi'nin finansmanıyla, Rusya Bilimler Akademisi N.N. Miklukho-Maklay Etnoloji ve Antropoloji Enstitüsü'nde saklanan, Sırderya'nın aşağı akışındaki arkeolojik eserler hakkında Horezm Ekspedisyonu'nun arşivlerinden 24 cilt rapor kopyalarını getirdi. Bu arşiv bilgileriyle tanışma sırasında, Jetiasar kültürünün eserleri ve mezarlıklarından bulunan belirsiz ahşap objelerin, A.A. Täcekeev'in analizi sonucunda dombra olduğu belirlendi ve bilimsel bir makale yayımlandı.[5] Horezm

[5] M. B. Mednikova, O.Yu. Chechetkina, K.A. Petrova, A.A. Tarasova. Paleodemografiya mogilnikov dzhetyasarskoy kul'tury (k voprosu o migratsiyakh v basseine nizhney Syrdari.

Ekspedisyonu'nun mezarlarından çıkarılan insan kemiklerinin antropolojisi ve paleodemografisi konusundaönemli yayınlar yapılmaya devam etmektedir.

Jetiasar kültürünün eserlerinden bulunan antropomorfik ve zoomorfik figürler, dışarıdan gelen kabilelerin getirdiği bir gelenektir. Yerel Jetiasar kabileleriyle karışarak, kendilerine özgü antropomorfik ve zoomorfik figürler oluşturmuşlardır. Jetiasar kültürüne göç eden kabilelerin, kendi ata yurtlarıyla bağlantısını kesmediği gözlemlenebilir. Jetiasar kültürü, onların maddi kültürü, kabile yapısı, şehirleri ve mimarileri hâlâ araştırmayı gerektirmektedir.

Jetiasar şehirlerini arkeolojik açıdan araştırmak ve eserleri tipolojik olarak sınıflandırmak sürecinde, şehir yapısı, ekonomisi, el sanatları, etnik kültürel kökeni, demografik yapısı vb. unsurlarla bölge tarihindeki rolü, uzak-yakın ülkelerle ilişkisi, gelişim düzeyi ve süreçlerini belirlemek için hâlâ araştırma yapılması gerekmektedir. Jetiasar kültürünün yerleşim yapısı, yerleşimlerin topografyası, mimarisi, tahkimatı, inşaat teknikleri, yerleşim yerlerinin ve bireysel konutların planlanması, kültürün tüm yaşam evrelerinde istikrarlı olduğunu göstermektedir.

Etik Beyan

"Jeti-Asar (Yedi- Asar) Kültürü: Altin-Asar Kalesi'nden Bulunan Runik Yazi Ve Antropomorfik Figür Üzerine" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Jeti- Asar (Seven Asar) Cuşture: Runic Inscription And Anthropomorphic Figures Found at Altın-Asar Fortress*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Statement of Contribution Rate of Researchers

The contribution rates of the authors in the study are equal.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Kaynakça

Rogozhinsky, A. E. (2010). Novye nakhodki pamyatnikov drevnetyurkskoy epigrafiki i monumental'nogo iskusstva na yuge i vostoke Kazakhstana. Rol' nomadov v formirovanii kul'turnogo naslediya Kazakhstana, 329–344.

Kyzlasov, I. L. (1994). Runicheskie pis'mennosti evraziyskikh stepey. Moskva: Izdatel'skaya firma «Vostochnaya literatura» RAN.

Vasil'ev, D. D. (2006). Evraziyskiy areal'nyy aspekt runopodobnoy pis'mennoy kul'tury drevnikh tyurov. Teoriya i metody issledovaniya vostochnoy epigrafiki, 30–43.

Tazhekeyev, A. A., Kurmaniyazov, Y. S., & Kanalhan, E. G. (2022). Zhetiasar eskertkishteti ölketanushy ğalymdardyn enbekteri men Resey imperiyasynyn kartografiyalyq materialdarynda (XIX gh. ayağı – XX gh. basy). Edu.e-history.kz, 1(29), 1–9.

Älimbay, N. (2017). Qazaqtyñ etnografiyalyq kategoriialar, uğymdar men atawlarynyñ dästürli jüyesi. Almaty: TOO «Alem Damu integratsiya»

Qonyratbayev, T. (1996). Ertedegi eskertkishtter Syr boyynyñ ejelgi tarihy men mädenietin zertteu. Almaty.

Protokoly zasedaniy i soobshcheniy chlenov Turkestanskogo kruzhka lyubiteley arkheologii. (2011). Istoriko kul'turnye pamyatniki arkheologii Kazakhstana. Turkistan.

Simonov, A. (1900). Dzhet'i-Asar. Turkestanskie vedomosti, (80).

Qartaeba, T. E. (2015). Syr öñirniñ dästürli etnogeografiyasy. Almaty: Arys baspasy.

Kurmaniyazov, Y. S. (2016). Zhetiasar mädenieti: Şyğys asarlar tobına baylanysty keybir mäseleler. In Arkheologiia zhäne etnologiadağy mädeniyetter sabaqtaqtyq mäseleleri VI Orazbayev oqwlary.

Tazhekeev, A. A., & Kurmaniyazov, Y. S. (2016). Syr öñirniñ XVIII–XIX ğasyrlarđağy bekínisterí. In Vıı Orazbaev okulları.
Kurmaniyazov, Y. S. (2016). Zhetiasar eskertkishtterin zertteudiñ ölketanwshylıq kezeñi (XIX ğ. ayağı men XX ğ. bası). In Qazaqstannıñ tarihi-mädéni müralarynyn özgertilmesin sağtaw mäseleleri.
Eleuov, M., & Kurmaniyazov, I. S. (2017). The same problem of science of Zhetyasar culture. The Bulletin of KazNU, series of History, 4, 224–230.
Tazhekeev, A. A., & Kurmaniyazov, I. S. (2017). Zhetiasar mädenieti eskertkishtteriniñ zerttelw tarihi. QazUU habarnamasy Tarih seriyası, 4, 232–237.
Kurmaniyazov, I. S. (2017). To study of Zhetyasar culture as a factor of archaeological science achievement. European Research, (30–34).
Tolstov, S. P. (1948). Po sledam drevnekhorezmskoy tsivilizatsii. Moskva–Leningrad.
Tolstov, S. P. (1948). Drevniy Khorezm. Moskva.
Tolstov, S. P. (1962). Po drevnim del'tam Oksa i Yaksarta. Moskva: Izdatel'stvo vostochnoy literatury.
Levina, L. M. (1971). Keramika nizov'ya i sredney techii Syrdari v I tysyacheletii.
Levina, L. M. (1996). Etnokul'turnaya istoriya vostochnogo Priaral'ya I tys. do n.e – I tys. n.e. Moskva.
Kurmankulov, Zh., Tazhekeev, A. A., & Äbdíqaliqov, Ş. (2011). Altynasar qalashyğy (№3-Zhetiasar). In Qazaqstan Respublikasy Qyzylorda oblysynyñ tarihi-mädéni eskertkishtterniñ jinağı. Almaty.
Baipakov, K. M., & Kurmankulov, Zh. (2011). Qañlylar memleketiniñ mädenieti. In Qazaqstan Respublikasy Qyzylorda oblysynyñ tarihi-mädéni eskertkishtterniñ jinağı. Almaty.
Khorezm arkeologiyalyq etnografiyalyq ekspeditsiyasi arkhiv qory. (2015). Qyzylorda oblystyq tarihi-ölketanwnaw muzei qory arkhivi.
Klyashtornyy, S. G., & Levina, L. M. (1989). Ob odnoy runicheskoy nadpisi s gorodishcha Altyn asar (Vostochnye Priaral'ya). In Etnicheskaya istoriya i traditsionnaya kul'tura narodov Sredney Azii i Kazakhstana.
Klyashtornyy, S. G. (1964). Drevnetyurkskie runicheskie pamyatniki kak istochnik po istorii Sredney Azii. Moskva: Nauka.
Tazhekeev, A. A., Sultanžanov, Zh. K., Kurmaniyazov, Y. S., & Beysembaeva, L. S. (2022). 2020-2021 ŽŽ. Žankent jäne Altynasar eskertkishtterinde jürgizilgen ğılımi qayta qalpına keltiru jumystarynyñ nätijeleri. In Marğulan oquları–2022.
Levina, L. M., & Chizhova, L. V. (1995). O nektorikh zoomorfnykh i antropomnykh izobrazheniyakh v dzhetyasarskoy kulture. Moskva.
Levina, L. M. (1993). Dzhetyasarskie sklepy. In Nizov'ya Syrdari v drevnosti.
Levina, L. M. (1995). Mogil'nik Altyn asar. In Nizov'ya Syrdari v drevnosti.
Kosarev, M. F. (1993). Iz drevney istorii Zauralya i Zapadnoy Sibiri. Moskva: «Rossiyskiy etnograf».
Chizhova, L. V. (1983). Ideologiya drevnego naseleniya Urala i Zapadnoy Sibiri. (Abstract of Doctoral Dissertation).
Tairov, A. D. (2019). Yuzhnyy Ural v epokhu rannikh kochevnikov. In Istoriya Yuzhnogo Urala.
Amirg'alina, G. T. (2019). Keramika so znakami s gorodishch Sortobe i Zhan'kent. In Mezhdunarodnaya arkheologicheskaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya.
Tazhekeev, A. A. (2019), Bizdiñ däwirimizdiñ IV ğasırımen merzimdiletin "Qossaz" dombyra // "Arxeologiyalıq qazba jumıstarınan tabılğan köne mwzikalıq aspaptar: jinalu jäne zerttelu mäseleleri" atı xalıqaralıq ğılımi-täjiribelik konferenciya materialdarı, Almatı, 2019, 34-37 bb..
M. B. Mednikova, O.Yu. Chechetkina, K.A. Petrova, A.A. Tarasova. Paleodemografiya mogilnikov dzhetyasarskoy kul'tury (k voprosu o migratsiyakh v basseine nizhney Syrdari) // Vestnik arkheologii, antropologii i etnografii, №4 (59), 2022, s. 118-131.

EXTENDED ABSTRACT

The article discusses new data related to the monuments of the Jeti-Asar culture from an art history perspective. Currently, valuable artifacts from the vast layers of the Jeti-Asar culture, located in the lower reaches of the Syr Darya, specifically in a very under-researched area, are drawing the attention of the global community. Therefore, information from the archaeological and ethnographic expeditions that studied the Jeti-Asar cultural monuments forms the basis of scientific analysis regarding the runic inscriptions, ideograms, patterns, and anthropomorphic and zoomorphic objects and figures found in Altın-Asar. These expedition materials, which provide valuable data on the rich material culture of the medieval Aral region, represent a substantial body of material that remains largely under-researched and requires deep investigation and comprehension from an art history methodology standpoint. For the first time, this article explores the evolutionary aspect and genesis of the anthropomorphic and zoomorphic images in Jeti-Asar's small bronze sculptures. This study uses an integrative methodology that combines the comparative methods of archaeology and ethnography with an art-historical perspective. It is worth noting that, in cultures before the establishment of writing, objects and attributes associated with sacred rituals and ceremonies served as crucial informational carriers of deep spiritual traditions within the worldview of a society. Hence, the fundamental methodological characteristics of the "cultural archetype" have been proposed as an effective analytical tool. In this context, the comparative analysis conducted on

the Cretan-Mycenaean anthropomorphic ceramics and Jeti-Asar bronze sculptures is particularly intriguing. It is challenging to clearly define the anthropomorphic image traditions in the material world of ritualistic practices in both cultures, yet it is plausible to speculate that both used small-scale plastic objects as ritualistic imitations. Additionally, the article applies semiotic and hermeneutic methods in the discussion and identification of compositional techniques in medieval Jeti-Asar's anthropomorphic and zoomorphic depictions. In general, there are several theories in the scientific field concerning the connection between anthropomorphic and zoomorphic images, the pattern-forming decorative series, writing, and ideographic systems. The small-scale plastic artifacts found in Jeti-Asar may well indicate that their scope of use was much broader. It is evident that the true usage of these items was not limited to practical needs, as they are rooted in the deep layers of the worldview of an ethnic group that once lived in the Aral region—embedded in their magical practices, ceremonies, and rituals. Any culture is fundamentally derived from magical rituals, as, for ancient people, magical ceremonies were considered a way and model of existence. In the context of understanding the formative dynamics of the Aral region's anthropomorphic and zoomorphic representations, four consistent principles of stylistic evolution in the depicted lines of the studied period were identified. For the 5th-4th centuries, simple and repetitive motifs characterized the anthropomorphic and zoomorphic images. In the medieval period, however, these depictions became more defined, reflecting the magical and religious understandings of the ancient Aral region's inhabitants. With the advent of new technologies in bronze processing and ceramic production, the compositional structure and decorative motifs of these depictions became increasingly complex. The scientific novelty of this study lies in analyzing the anthropomorphic and zoomorphic images of medieval Jeti-Asar culture through the lens of sacred phenomena in the ritual imitation of totemic animals and the magical symbolism of anthropomorphic representations on ceramics, which serve as a key to understanding the worldview system of the ethnic group that inhabited the Aral region during the medieval era. The primary goal of the work is to study the traditions of anthropomorphic and zoomorphic imagery as a reflection of the worldview of the ethnic groups in the Aral region. To achieve this goal, tasks were accomplished to identify and interpret the visual and semantic expressiveness tools, as well as the compositional schemes and methods, in the anthropomorphic and zoomorphic representations of medieval Jeti-Asar culture. In 2015, the Korkut Ata Kyzylorda University Archaeology and Ethnography Scientific Research Center, with the funding of the Kyzylorda Provincial Museum Treasure Department, brought 24 volumes of report copies from the archives of the Khorezm Expedition concerning archaeological artifacts from the lower reaches of the Syr Darya, which are stored at the Institute of Ethnology and Anthropology of the Russian Academy of Sciences, N.N. Miklukho-Maklay. During the familiarization with this archival information, it was determined through the analysis of A.A. Täcekeev that the ambiguous wooden objects found among the artifacts and graves of the Jeti-Asar culture were dombiras, leading to the publication of a scientific article. Significant publications continue to be made on the anthropology and paleodemography of human bones extracted from the graves of the Khorezm Expedition. The anthropomorphic and zoomorphic figures found among the works of the Jeti-Asar culture are a tradition brought by external tribes. By mingling with the local Jeti-Asar tribes, they created their own distinctive anthropomorphic and zoomorphic figures. It has been observed that the tribes migrating to the Jeti-Asar culture did not sever their connection with their ancestral homelands. The Jeti-Asar culture, along with its material culture, tribal structure, cities, and architecture, still requires research. In the process of archaeologically investigating the cities of Jeti-Asar and classifying the artifacts typologically, further research is needed to determine their role in regional history, the relationship with distant and nearby countries, developmental levels, and processes through elements such as urban structure, economy, handicrafts, ethnic cultural origins, and demographic makeup. The settlement structure of the Jeti-Asar culture, the topography of the settlements, architecture, fortifications, construction techniques, and planning of habitation areas and individual dwellings indicate that the culture was stable throughout all stages of life.

MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2025 Cilt: 14 Sayı: 3
MANAS Journal of Social Studies 2025 Volume: 14 No: 3
ISSN: 1694-7215
Research Paper / Araştırma Makalesi

Financial Performance Analysis of Borsa Istanbul-Listed Automotive Firms: A DEA and Benchmarking Approach

Hatice CENGER[1]

Abstract
This study aims to comparatively analyze the financial performances of firms in the automotive sector using Data Envelopment Analysis (DEA), distinguishing between firms with effective debt management and those without. It seeks to propose recommendations for less efficient firms to improve their efficiency by benchmarking them with more efficient counterparts. In this context, the relative financial performance of automotive sector companies traded in Borsa Istanbul (BIST)i n 2022 was measured with a mathematical programming-based Data Envelopment Analysis (DEA). As a result of the study, companies that achieved relative efficiency; While TAOSA, FROTO, TTRAK and DOAS, relatively inefficient companies were OTKAR, KARSN, ASUZU and TMSN. According to the analysis results, inefficient companies were benchmarked by efficient enterprises. In this benchmarking application, any changes to be made to input variables (Total Debt/Total Assets, Net Debt/EBITDA) and output variables (Net Profit/Sales, Net Profit/Total Assets, Net Profit/Equity) were calculated in MS Excel using financial statements obtained from the Public Disclosure Platform (PDP).

Anahtar Kelimeler: Automotive Industry, Data Envelopment Analysis, Benchmarking, Efficiency

Borsa İstanbul'da İşlem Gören Otomotiv Firmalarının Finansal Performansının VZA ve Benchmarking ile Değerlendirilmesi

Öz
Bu çalışma, otomotive sektöründe yer alan firmaların Veri Zarflama Analizi (VZA) yoluyla, etkili borç yönetimine sahip firmalar ile bu özelliğe sahip olmayan firmaların finansal performanslarını karşılaştırmalı olarak analiz etmek, birbiri ile benchmarking, bu konuda verimli olmayan firmaların daha verimli olması için önerilerde bulunmaktır. Bu bağlamda çalışmada; Borsa İstanbul'da (BIST) işlem gören otomotive sektörüne ait firmaların 2022 yılına ait görece mali performansları matematiksel programlama tabanlı Veri Zarflama Analizi yöntemiyle ölçülmüştür. Çalışma sonucunda görece etkinliğe ulaşan firmalar; TAOSA, FROTO, TTRAK ve DOAS olurken görece verimsiz firmalar OTKAR, KARSN, ASUZU ve TMSN olmuştur. Analiz sonuçlarına göre verimli olmayan firmalar verimli firmalar ile benchmarking yapılmıştır. Girdi-çıktı bileşenlerinde yapılması gereken değişiklikler oransal olarak belirtilmiştir. uygulamada Girdi (Toplam Borç/Toplam Aktif, Net Borç /FAVÖK) ve çıktı (Net kar/Satışlar, Net kar/Toplam Aktif, Net kar/Özsermaye) değişkenleri kamu aydınlatma platformundan (KAP) elde edilen mali tablolar yardımı ile MS EXCEL'de hesaplanmıştır.

Keywords: Otomotive Sektörü, Veri Zarflama Analizi, Kıyaslama, Etkinlik

Atıf İçin / Please Cite As:

Cenger, H. (2025). Financial performance analysis of Borsa Istanbul-Listed automotive firms: A DEA and benchmarking approach. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14* (3), 1309-1323. doi:10.33206/mjss.1638816

Geliş Tarihi / Received Date: 12.02.2025 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 12.06.2025

[1] Öğr.Gör.Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Fethiye Faculty of Business Administration, cenger@mu.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-5703-2201

Bu eser CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında lisanslanmıştır.

Introduction

Organizations typically set strategic goals and objectives to improve their performance over a defined period. As part of monitoring and control processes, auditors and managers assess progress toward these objectives. A critical challenge is determining how to achieve optimal performance, both organizationally and financially, amidst competitive pressures and internal constraints

Periodic updates of performance measurement and evaluation, presenting them in a clear, accurate, and concise manner, is essential for attracting new investors and enhancing the company's reputation. Recently, the use of performance indicators as an assessment of the organization's goals has been increasing. Despite the undeniable importance of non-financial factors in the analysis and evaluation of organizational performance, it is clear that financial analysis remains the main focus of many studies. According to Omaki (2005), despite the limitations, numerous studies have shown that accounting-financial performance measures are valid as reasonable predictors of corporate performance.

Performance measurement aims to continuously monitor the efficiency and economy of company operations and provide information for corporate decision-making. Benchmarking is a way of comparing corporate performance with that of competitors. Nowadays, financial indicators are commonly used tools for corporate performance analysis. Adequate performance evaluation and comparability require a method that allows the use of both quantitative and qualitative characteristics, which can measure corporate performance in a complex way. Data Envelopment Analysis (DEA) is such a method. DEA is a method that allows for measuring, ranking, and comparing the performance of companies (Fenyves et al., 2015). Using DEA for benchmarking provides a feasible assessment in terms of goals that represent best practices.

DEA is particularly valuable for benchmarking because it identifies the most efficient decision-making units (DMUs) as benchmarks for others, offering practical improvement targets rather than just abstract scores. By constructing an efficient frontier based on observed data, DEA not only highlights the relative standing of each firm but also provides a roadmap for underperforming units to achieve best practices (Cook and Zhu, 2005). Unlike traditional parametric methods that impose specific functional forms, DEA's non-parametric nature enables it to flexibly adapt to the complexities of real-world corporate operations, making it a preferred tool for comparative performance evaluation across various industries.

This study primarily focuses on the financial performance of automotive companies listed on the ISE. Performance is examined globally in terms of efficiency and profitability. However, in the empirical section, more emphasis is placed on efficiency. In this context, a two-stage model has been selected to investigate the companies' performance: In the first stage, DEA efficiency indices are calculated based on the input-oriented BCC model to perform super-efficiency analysis to assess the performance level of the target. In the second stage, based on the analysis results, relatively inefficient companies are compared with relatively efficient ones. Changes to be made in the input/output combinations are expressed proportionally in this application.

The purpose of this study is to identify gaps, differences, strengths, and weaknesses among comparison partners in the sector using the findings from the comparative analysis and the information from industry leaders to improve the financial performance of companies and enhance their efficiency in managing financial resources. Our focus is particularly on financial sustainability, which relates to a company's long-term financial health, ability to meet financial obligations, maintain profitability, and support operations and growth in the long run.

When reviewing the literature, it has been observed that most studies on the automotive sector listed on Borsa Istanbul have utilized the DEA method; however, sufficient emphasis has not been placed on comparisons. Our study addresses this gap by highlighting the benchmarking feature of the DEA method, which identifies the successful firms in the sector. It explains why low-efficiency firms are inefficient compared to efficient ones and how they can improve their efficiency through proportional changes in input-output variables.

The reason for focusing on the automotive sector in this study is that automotive companies hold a high level of fixed assets, indicating that the automotive industry is highly competitive, has high leverage ratios, and is capital-intensive. This increases the use of external financing. Due to high fixed and

operating costs, automotive sector companies need to maintain a consistent level of financial performance to sustain their position in the industry.

The study consists of two parts: theoretical and practical. In the first section, after explaining the theoretical basis of DEA and benchmarking, the financial data of automotive companies listed on the ISE are used to perform a data envelopment analysis, identifying inefficient units and making comparisons. Proportional changes required in inefficient units are indicated, and information is provided regarding the extent to which these changes will be implemented.

Empirical Literature

Most studies related to the automotive sector listed on the Istanbul Stock Exchange use the DEA method, and these studies have only identified the efficient and less efficient DMUs without considering the changes needed in input and output variables for inefficient firms to become relatively efficient. These studies include: Yıldız (2006); Özdemir and Düzgün (2009); Yaylalı and Çalmaşur (2014); Nurcan and Kaya (2016); Tatlı and Bayrak (2016); Gedik, Koçarslan et al. (2017); Şahin and Akkoyuncu (2019); Bardi (2023); Cenger and Sarıyer (2022).

Data Envelopment Analysis (DEA) has been widely used not only as an efficiency measurement tool but also as a robust benchmarking methodology across various industries. The literature supports DEA's role in identifying best-performing decision-making units (DMUs) and in providing performance targets through frontier analysis. Cook and Seiford (2009) explicitly refer to "DEA benchmarking" and describe how DEA enables the identification of high-performing DMUs, thereby offering practical benchmarks for underperforming ones. Similarly, Thanassoulis (2001) devotes an entire section to DEA's benchmarking function, highlighting how inefficient DMUs can be projected onto the efficient frontier, allowing for strategic performance improvement.

Empirical applications of DEA as a benchmarking tool are also well-documented. Collier and Storbeck (1993) applied DEA in the telecommunications industry, while Bell and Morey (1995) used it in corporate travel management. Barr and Seiford (1994) evaluated banking and financial institutions, and Athanassopoulos and Ballantine (1995) used DEA for comparative analysis in the food industry. Morey and Dittman (1995) assessed the operational efficiency of fifty-four hotels, offering improvement pathways for the less efficient ones. Similarly, Sigala (2003) investigated best practices in the online marketing strategies of Greek hotels, providing benchmarking-based suggestions. Further applications can be found in Tepe (2006), Lim et al. (2011), Gülcü and Cenger (2013), Didehkhani et al. (2019), Atalay and Vatansever (2020), and Cenger (2023), all of whom employed DEA as a benchmarking instrument.

These theoretical insights and practical applications confirm the suitability of DEA in studies focusing on relative efficiency and performance benchmarking, particularly within sector-specific analyses such as the automotive industry. While DEA has been frequently employed in various sectors, its limited application as a benchmarking tool in the automotive industry highlights the originality and contribution of this study. By identifying efficient decision-making units, DEA creates benchmarks that serve as performance references, thereby strengthening competitive positioning and supporting continuous improvement. In this context, inefficient units are not only evaluated but also provided with concrete improvement suggestions derived from frontier-performing firms. This benchmarking approach enables underperforming firms to systematically progress toward the efficiency frontier, promoting sectoral learning and strategic alignment.

Data and Methodology

In the study, the DEA benchmarking model, used to measure and improve the relative efficiency of firms, is applied. Due to the nature of the dataset, the "convex, variable returns to scale, input-oriented BCC model, and radial input-oriented super-efficiency model" have been preferred. The input/output variables of DMUs for the year 2022 were calculated in Excel using the balance sheet and income statement obtained from the Public Disclosure Platform (KAP). The data were analyzed using EMS (Efficiency Measurement System) software, developed for academic research. All statistical analyses, including correlation and regression tests, were performed using IBM SPSS Statistics software (version 27).

Benchmarking and DEA Comparison

Benchmarking is traditionally defined as a systematic process of comparing an organization's practices, processes, and performance against industry leaders (Camp, 1989; Eyrich, 1991; Kleinhans et al., 1995). Originating in Japanese manufacturing, it was later adopted globally as a tool for identifying best practices and setting performance targets (Anderson & Peterson, 1993). Unlike conventional benchmarking which emphasizes qualitative insights into how goals are achieved (Moseng, 1995) this study integrates quantitative DEA-based benchmarking to assess financial efficiency.

Benchmarking can be particularly helpful in operational efficiency improvement, as it provides organizations with new strategies and practices to adopt in order to boost their performance. According to Bergeron (2003), it involves studying the best practices in an industry to improve operational performance. In this study, benchmarking is considered within the broader scope of comparing firms' relative performance, particularly focusing on financial efficiency.

In contrast, DEA complements traditional benchmarking by offering a data-driven approach to efficiency measurement. It evaluates how effectively firms convert inputs (e.g., assets, liabilities) into outputs (e.g., revenue, profit) and identifies underperformers relative to an efficiency frontier (Charnes et al., 1994). While traditional benchmarking focuses on strategic emulation of best practices, DEA provides actionable, *quantitative* targets for inefficient units by referencing top performers (Cook et al., 2014).

While traditional benchmarking often involves comparing firms based on strategies and best practices, DEA-based benchmarking focuses on the quantitative assessment of operational efficiency. Accordingly, this study employs DEA as a benchmarking tool, emphasizing performance efficiency rather than qualitative evaluations of managerial practices. This distinction between DEA-based benchmarking and traditional forms of benchmarking (e.g., Anderson & Peterson, 1993) is critical for understanding the methodological framework of this research.

Benchmarking is not limited to organizational or qualitative comparisons; it also encompasses quantitative performance assessments enabled by analytical models. DEA method utilized in this study not only measures the technical efficiency of DMUs but also suggests improvement strategies for inefficient units by referencing more efficient peers. Owing to these features, DEA is widely recognized in the literature as a robust tool for quantitative benchmarking (Cook, Tone, & Zhu, 2014; Emrouznejad & Yang, 2018).

In this context, the use of the term "benchmarking" in this study extends beyond its conventional meaning in the total quality management literature, and reflects an integrated, model-based benchmarking approach. Specifically, the implementation of the super-efficiency model allows for the identification of reference units, while also quantifying the necessary input reductions or output enhancements required by other units to reach the efficiency frontier. This process exemplifies a data-driven, directional benchmarking methodology rooted in core DEA literature.

In summary, the concept of benchmarking in this study specifically refers to the application of DEA for assessing and comparing firms' financial efficiency. DEA-based benchmarking enables a clear, quantitative evaluation of firms' relative performance by measuring their ability to transform inputs into outputs efficiently. Thus, while traditional benchmarking focuses on the qualitative comparison of best practices, DEA provides a structured, empirical basis for evaluating relative operational efficiency.

Data Envelopment Analysis

The first application of DEA was carried out by Charnes and colleagues in 1978 to measure the efficiency of U.S. state schools. The study was expanded when Farrell's 1957 study, "The Measurement of Productive Efficiency," caught the attention of Cooper, and the DEA technique was successfully applied for efficiency measurement. The project details were completed by Charnes and colleagues in 1981 (Cenger, 2011).

In DEA, the efficiency score is defined as the ratio of the weighted sum of outputs to the weighted sum of inputs. DMUs with an efficiency score of 1 are considered efficient, while a score below 1 indicates that the DMU is inefficient. Each DMU is assigned weights for inputs and outputs using linear programming to maximize its efficiency score. DEA not only determines the relative efficiency score of a DMU but also identifies a set of efficient units that can be used as benchmarks for improving the performance of inefficient units (Talluri, 2000).

DEA can determine the proportional changes in input-output variables relative to the efficient DMU, going beyond just comparing the efficiency score obtained by DMU with those of other DMUs. It measures the relative efficiency score of DMU either by determining the minimum possible inputs required to produce a set of outputs (input-oriented) or by determining the maximum possible outputs that can be produced from a given set of inputs (output-oriented). Additionally, it defines the production frontier or the efficiency frontier (Rahman et al., 2018).

DEA evaluates the relative efficiency of each unit through linear combinations of inputs and outputs. An inefficient unit is compared against at least one unit on the frontier, which are called peers or the reference group. However, classical DEA selects these groups solely based on mathematical optimality, which often leads to impractical or difficult-to-achieve targets. In this study, combining benchmarking with Data Envelopment Analysis identifies the closest achievable target for inefficient units, providing more realistic and implementable performance benchmarks. The method also clusters units with similar efficiency levels and comparable input-output structures, enabling meaningful benchmarking comparisons. Thus the approach improves upon traditional DEA's limitations in setting attainable targets and forming relevant comparison groups. Organizations can not only determine whether they are efficient or not, but also clearly see who to benchmark against, what criteria to use, and how to implement improvements (Ruiz, et al., 2022).

BCC Model (DEA with Variable Return Scale Assumption)

DEA, the BCC model, developed by Banker, Charnes, and Cooper (1984), extends the traditional CCR model by introducing the assumption of variable returns to scale (VRS). While the CCR model assumes proportionality between inputs and outputs, the BCC model allows for the more realistic scenario where decision-making units (DMUs) may operate under increasing, constant, or decreasing returns to scale, depending on their size and operational efficiency. This is particularly important in industries such as automotive manufacturing, where firms often face varying scale efficiencies due to high fixed costs and fluctuating market dynamics.

The BCC model provides a decomposition of efficiency into pure technical efficiency and scale efficiency. Pure technical efficiency captures a DMU's ability to optimize operations regardless of scale, while scale efficiency indicates whether the DMU is operating at an optimal size. This separation enables more precise managerial insights.

There are two principal orientations within the BCC framework: input-oriented and output-oriented. The input-oriented model seeks to minimize input consumption for a given level of output, whereas the output-oriented model aims to maximize output production without increasing inputs. In this study, the input-oriented BCC model is employed because the selected input variables (debt ratios) are cost-related. Moreover, the assumption of variable returns to scale is particularly suitable since increases in debt or investment do not guarantee proportional increases in profitability metrics in capital-intensive sectors.

In addition to measuring technical efficiency, benchmarking analysis is conducted within the BCC framework. Benchmarking involves identifying best-performing firms (efficient frontiers) and using them as reference points for inefficient firms. Through the application of the super-efficiency model, not only were efficient firms distinguished from inefficient ones, but the relative rankings among efficient firms themselves were also established, allowing for a deeper, comparative performance evaluation. This approach enhances the practical relevance of the findings, providing actionable insights for firms seeking to improve their financial performance relative to industry peers.

Thus, the BCC model's flexibility in accommodating variable returns to scale and its compatibility with benchmarking objectives make it an appropriate and effective methodological choice for the financial efficiency assessment conducted in this study.

Objective function;

$$EnkΘ_k$$

Requirement

$$\sum_{j=1}^{N} y_{rj}\lambda_{jk} \geq y_{rk}$$

$$\Theta_k x_{ik} - \sum_{j=1}^{N} x_{ij}\lambda_{jk} \geq 0$$

$$\sum_{j=1}^{N} \lambda_j = 1$$

Super Efficiency Model

DEA models measure the efficiency of a Decision Making Unit (DMU) by limiting the efficiency index to an upper bound of "1." However, in this case, multiple DMUs may have the same efficiency score of "1," which makes it impossible to assess the relative performance superiority or inferiority between efficient DMUs. To address this issue, Andersen and Petersen (1993) proposed the Super Efficiency (SE) model, which allows for the ranking of efficient DMUs within themselves.

The DMU set is denoted by I, the input set by M, and the output set by N. For each DMU i∈I, a linear program is used to obtain its efficiency score. The formula for the Super Efficiency model is as follows:

$$Min \quad \theta_k - \varepsilon \sum_{n\epsilon N} s_{kn}^{+} - \varepsilon \sum_{m\epsilon M} s_{km}^{-} \quad ,$$

$$\theta_k x_{km} - \sum_{i\in I, i\neq k} \lambda_i X_{im} - s_{km}^{-} = 0 \quad \forall \text{ m } \in \text{ M}$$

$$\sum_{i\in I, i\neq k} \lambda_i = 1$$

$$\lambda_i \geq 0 \qquad \forall \text{i } \in \text{I}$$

$$s_{km}^{-} \geq 0 \qquad \forall \text{m} \in \text{M}$$

$$s_{kn}^{+} \geq 0 \qquad \forall n \in \text{N}$$

$$\theta_k \geq$$

$$Min \quad \theta_k - \varepsilon \textstyle\sum_{n\epsilon N} s_{kn}^{+} - \varepsilon \sum_{m\epsilon M} s_{km}^{-} \quad ,$$

$$\sum_{i\in I, i\neq k} \lambda_i y_{in} - s_{kn}^{+} = Y_{kn} \quad \forall n \in \text{N},$$

$$\theta_k x_{km} - \sum_{i\in I, i\neq k} \lambda_i X_{im} - s_{km}^{-} = 0 \quad \forall \text{ m } \in \text{ M}$$

$$\sum_{i\in I, i\neq k} \lambda_i = 1$$

$$\lambda_i \geq 0 \qquad \forall \text{i } \in \text{I}$$

$$s_{km}^{-} \geq 0 \qquad \forall \text{m} \in \text{M}$$

$$s_{kn}^{+} \geq 0 \qquad \forall n \in \text{N}$$

$$\theta_k \geq$$

Data Set

The study includes firms from the automotive sector listed on Borsa Istanbul (BIST), for which financial data could be accessed. The dataset covers companies operating in the year 2022. It is important to note that the BIST 100 index reviews company inclusion approximately every four years; therefore, the composition of firms in the automotive sector can vary across different years.

A comprehensive literature review was conducted to determine the appropriate variables for the study. Based on this review, the relevant input and output variables were selected. These variables were calculated manually using MS Excel based on the balance sheets and income statements disclosed via the Public Disclosure Platform (PDP). All calculations and data preparation steps adhered strictly to academic and methodological standards to ensure consistency and reliability.

Table 1. *Firms Under Study (Decision-Making Units)*

1	TAOSA	Tofaş Turkish Automotive Factory Inc.
2	FROTO	Ford Automotive Industry
3	KARSN	Karsan Automotive Industry and Trade Inc.
4	OTKAR	Otokar Automotive and Defense Industries Inc.
5	TTRAK	Türk Tractor and Agricultural Machinery Inc.
6	ASUZU	Anadolu Isuzu Automotive Industry and Trade Inc.
7	TMSN	Tumasan Engine and Tractor Trading Inc.
8	DOAS	Dogus Automotive Service and Trade Inc.

The primary reason for selecting publicly listed companies in the automotive sector traded on Borsa Istanbul is the transparency, accessibility, and standardized presentation of their financial data. These firms are subject to regular financial reporting and independent auditing in accordance with the regulations of the Capital Markets Board of Turkey (SPK).

Table 2. *Input-Output Variables Used in the Study*

	Input Variable		***Output Variable***
1	Total Debt/Total Assets (X1)	1	Net profit/Sales (Y1)
2	Net Debt / EBITDA (X2)	2	Net profit/Total Assets (Y2)
		3	Net profit/Equity (Y3)

A company can finance its investments with debt and/or equity. The ratio of a company's debt to equity is defined as financial leverage or gearing (Pandey, 2010).

Therefore, in this study, the leverage ratio, which is a cost factor for companies, is used as an input variable, along with the Net Debt/EBITDA ratio, which shows how many times a company's net debt (*Short-term borrowings + the short-term portion of long-term borrowings + long-term borrowings-Cash and Cash Equivalents - Short-Term Financial Investments*) is of the annual EBITDA (Net Operating Profit + Depreciation + Amortization Expenses).

Profitability performance indicators measure a company's efficiency and success. Typical indicators of a company's profitability measures include Return on Equity (ROE) and Return on Assets (ROA); additionally, Return on Sales (ROS) can also be used. Therefore, the output variables are selected from these profitability ratios.

In DEA (Data Envelopment Analysis), the number of Decision-Making Units (DMUs) to be analyzed is determined based on the number of input and output variables included in the model. There are two widely accepted rules in the literature regarding this issue. The first rule suggests that the number of DMUs (n) should be at least three times the total number of inputs (m) and outputs (s), i.e., n≥3(m+s)n \geq 3(m + s)n≥3(m+s) (Vassiloglou & Giokas, 1990). The second rule states that for a reliable analysis, the number of DMUs should be at least equal to the total number of inputs and outputs plus one, i.e., n≥m+s+1n \geq m + s + 1n≥m+s+1 (Dyson et al., 2001, pp. 254–259). This study follows these recommendations by ensuring the sample size is close to or within acceptable limits, while also acknowledging this aspect as a limitation to be addressed in future studies through a larger sample.

Table 3. *Research Variables (2022)*

	(X1)	*(X2)*	*(Y1)*	*(Y2)*	*(Y3)*
TAOSA	0,72	-0,44	13,06	28,82	100,39
FROTO	0,78	1,41	10,83	26,81	117,99
KARSN	0,71	6,27	4,26	2,5	9,1
OTKAR	0,85	4,68	12,9	12,3	68,85
TTRAK	0,74	-0,28	13,61	29,85	104,44
ASUZU	0,59	0,29	9,85	10,34	25,82
TMSN	0,51	-0,13	15,52	21,68	43,98
DOAS	0,43	-0,36	16,73	51,44	97,68

Table 4. *Distribution of Variables Used in Technical Efficiency Measurement*

İnput	***Average***	***Standard Deviation***
Total Debt/Total Assets (X1)	0,66625	0,142922307
Net Debt / EBITDA (X2)	1,43	2,60073616
Output		
Net profit/Sales (Y1)	12,095	3,875118431
Net profit/Total Asset (Y2)	22,9675	15,122803
Net profit/Equity (Y3)	71,03125	40,548781

Distribution of Variables n=8	
The average efficiency score for the entire sample	0,5
The standard deviation of the average efficiency score for the entire sample	0,835425
Maksimum	1
Minimum	0,5059
The number of efficient companies	4
The number of inefficient companies	4

When examining the statistical distribution of the variables used in the study, it is observed that the input variables, Total Debt/Total Assets (X1) and Net Debt/EBITDA (X2), show varying degrees of dispersion. The mean value of the X1 variable is 0.666 with a standard deviation of 0.142, indicating a relatively homogeneous distribution among the firms. This suggests that the financial structure in terms of debt-to-assets is similar across the sector.

In contrast, the X2 variable, representing Net Debt/EBITDA, has a mean of 1.43 with a notably high standard deviation of 2.60. This high variance reveals significant differences in the firms' debt repayment capacities, with some companies carrying a substantially heavier debt burden relative to their operating profits. From a DEA perspective, such variability enhances the model's discriminatory power, facilitating a clearer separation between efficient and inefficient decision-making units.

Regarding the output variables, Net profit/Sales (Y1), Net profit/Total Assets (Y2), and Net profit/Equity (Y3) represent different aspects of firm profitability. The mean of Y1 is 12.09% with a standard deviation of 3.87, indicating moderate variability in profitability relative to sales. Y2 (ROA) has a higher mean of 22.96% and a standard deviation of 15.12, reflecting greater dispersion in asset efficiency among firms. Y3 (ROE) shows an even higher mean of 71.03% with a standard deviation of 40.54, suggesting significant performance differences in returns on equity. This high dispersion in output variables is advantageous for DEA, as it strengthens the model's ability to differentiate between decision-making units.

Table 5. *Pearson Correlation Matrix of Leverage (X1-X2) and Profitability (Y1-Y3) Variables in the Automotive Sector*

	X1 (TD/TA)	***X2 (Net Debt/EBITDA)***	***Y1 (NP/Sales)***	***Y2 (NP/TA)***	***Y3 (NP/Equity)***
X1	1.000	-0.239	-0.216	-0.492	-0.347
X2	-0.239	1.000	**-0.726**	-0.520	-0.462
Y1	-0.216	**-0.726**	1.000	0.704	0.788
Y2	-0.492	-0.520	0.704	1.000	**0.906**
Y3	-0.347	-0.462	0.788	**0.906**	1.000

(NP = Net Profit; TA = Total Assets. Significant correlations are marked in bold (two-tailed test): X2-Y1 ($r = -0.726$, $p < .001$), Y2-Y3 ($r = 0.906$, $p < .001$).

When Table 5 is examined, the correlation analysis offers significant insights into the relationship between financial structure and profitability of firms in the automotive sector. In particular, the strong negative correlation (r = -0.726) between the Net Debt/EBITDA ratio (X2) and Net Profit/Sales (Y1) indicates that leverage exerts substantial pressure on operational profitability. Combined with the sector's high fixed cost structure, this suggests that debt financing is often an inevitable choice, although excessive indebtedness may adversely affect profitability. Indeed, firms with high X2 values (KARSN) tend to exhibit low Y1 values, whereas some firms (FROTO) manage to enhance equity efficiency through strategic use of debt.

The high correlation (r = 0.906) between Net Profit/Total Assets (Y2) and Net Profit/Equity (Y3) reflects the inherent similarity between these two profitability indicators, as return on equity is fundamentally composed of asset profitability and the effect of financial leverage. The simultaneous use of both indicators does not undermine the validity of the Data Envelopment Analysis (DEA), as the model accommodates multiple outputs regardless of their statistical collinearity. This allows for a comprehensive evaluation of operational efficiency in conjunction with financial structure (Zhou et al., 2018).

DEA does not rely on correlation coefficients when assessing efficiency, as it evaluates firms based on input-output optimization rather than linear dependencies**.** Even if two variables (Y2 and Y3) exhibit a high correlation (r = 0.906), DEA treats them as distinct performance measures and ensures that multicollinearity does not distort efficiency scores.

Furthermore, DEA assesses firms relative to an efficient frontier where long-term debt is viewed not as inefficiency but as a contributor to optimal resource allocation, thereby addressing sector-specific constraints (e.g., high fixed costs, large-scale production). While correlation analysis highlights statistical trends, DEA provides a more nuanced efficiency assessment by incorporating multiple inputs and outputs without requiring statistical dependency.

The moderate negative correlations between Total Debt/Total Assets (X1) and both Y2 and Y3 suggest that the nature of debt (e.g., maturity structure, cost) plays a more decisive role in profitability than the overall leverage ratio. This aligns with the finding that the Net Debt/EBITDA ratio (X2) has a stronger relationship with Y1, emphasizing that in the automotive sector, not only the amount but also the financial burden and management of debt must be considered.

Finally, when DEA scores are interpreted alongside correlation results, it becomes evident that firms with high equity profitability (FROTO, TTRAK) utilize debt strategically to achieve efficiency. This supports capital structure theories by showing that leverage may have a positive impact on firm value (Myers, 2001). Additionally, considering the unique structure of the sector particularly capital intensity and scale of production long-term debt is interpreted within the DEA model as optimal capital use rather than inefficiency. As such, DEA offers a flexible and explanatory framework that reflects sectoral realities.

Therefore, the non-parametric nature of DEA enables it to assess performance reliably and flexibly even in datasets with high correlation among variables; this represents a critical advantage for researchers aiming to overcome the limitations of traditional regression or correlation-based methods.

Table 6. *Regression Analysis Results: The Impact of Leverage Ratios on Profitability Metrics in the Automotive Sector*

Bağımsız Değişken	***Bağımlı Değişken***	***Etki Durumu***	***Açıklama***
X1	Y1	Anlamlı (p<0.05)	Borç/Aktif oranı düştükçe Net Kar/Satış oranı artıyor.
X1	Y2	Anlamlı (p<0.05)	Borç/Aktif oranı arttıkça ROA düşüyor.
X1	Y3	Anlamlı (p<0.05)	ROE üzerinde de negatif anlamlı etkisi var.
X2	Y1	Anlamlı (p<0.05)	Net Borç/EBITDA arttıkça Net Kar/Satış oranı düşüyor.
X2	Y2	Anlamlı (p<0.05)	Aynı şekilde ROA'da düşüş görülüyor.
X2	Y3	Anlamlı (p<0.05)	ROE de Net Borç/EBITDA'dan negatif etkileniyor.

(Tüm ilişkiler *p* < .05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır (X2-Y3 için *p* = .001)

Tablo 6 The regression analyses conducted to evaluate the impact of leverage ratios on profitability indicators reveal that both X1 (Total Debt/Total Assets) and X2 (Net Debt/EBITDA) have a statistically significant and negative effect on profitability ratios, including Net Profit/Sales (Y1), Return on Assets (Y2), and Return on Equity (Y3). In particular, the X1 variable demonstrates stronger explanatory power across all profitability indicators in terms of statistical significance. This finding indicates that high levels of leverage suppress firms' profitability performance and create adverse effects on financial efficiency.

Similarly, the Net Debt/EBITDA ratio also exhibits a negative relationship with profitability, highlighting the fragile link between a firm's operating profitability and its debt servicing capacity. The results statistically confirm the relationship between financial structure and performance, underlining the negative impact of leverage on profitability. In this context, the findings obtained through the DEA model in the study are consistent with the regression results, reinforcing the robustness of the conclusions.

Empirical Results

In this study, which uses data from the year 2022, the BCC model based on input-oriented and scale-dependent variable return assumptions was applied because companies have higher control over inputs and a unit change in inputs does not cause a proportional change in outputs. The BCC model used in the analysis shows how much the inputs should be reduced while keeping outputs constant. The target relative efficiency value for the companies is 1.00. Companies achieve technical efficiency by providing maximum output per input used. Firms that do not reach this value are considered 'inefficient.'

Table 7. *2022 Year Variable Return to Scale Radial Input-Oriented Efficiency Scores*

DMU	*Skor*	*X1*	*X2*	*Y1*	*Y2*	*Y3*	*Benchmarking*	*X1*	*X2*	*Y1*	*Y2*	*Y3*
TAOSA	1	92,87	91,87	0	0	1	0					
FROTO	1	0,99	0,01	0	0	1	0					
KARSN	0,6056	1	0	0,79	0,1	0,11	8 (1,00)	0	4,16	12,47	48,94	88,58
OTKAR	0,5059	1	0	0,99	0	0,01	8 (1,00)	0	2,73	3,83	39,14	28,83
TTRAK	1	84,28	83,28	0,08	0	0,92	0					
ASUZU	0,7288	1	0	0,83	0,12	0,05	8 (1,00)	0	0,57	6,88	41,1	71,86
TMSN	0,8431	1	0	0,94	0,03	0,03	8 (1,00)	0	0,25	1,21	29,76	53,7
DOAS	1	1,01	-0,01	0	1	0						

According to the results of the BCC input-oriented model (Table 5), among the 8 companies listed in Table 7, 4 firms (TAOSA, FROTO, TTRAK, DOAS) were identified as relatively efficient, each achieving a full efficiency score of 1.000 (100%), while the remaining 4 firms (KARSN, OTKAR, ASUZU, TMSN) were found to be relatively inefficient. The average efficiency score for all companies was calculated as 0.50. The deviation levels from the efficiency frontier for inefficient firms were as follows: OTKAR with 50.59%, KARSN with 60.56%, ASUZU with 72.88%, and TMSN with 84.31%. These deviation percentages indicate the extent to which each inefficient firm would need to reduce input usage to reach the efficiency level of the benchmark companies.

Table 8. *2022 Scale-Dependent Variable Return Radial Input-Oriented Super Efficiency Scores*

DMU	*Skor*	*X1*	*X2*	*Y1*	*Y2*	*Y3*	*Benchmarking*	*X1*	*X2*	*Y1*	*Y2*	*Y3*
TAOSA	big	43,18	42,18	0	0	20,61	0					
FROTO	big	0,99	0,01	0,13	0,05	76,24	0					
KARSN	0,6056	1	0	0	0	0	8 (1,00)	0	4,16	12,47	48,94	88,58
OTKAR	0,5059	1	0	0	0	0	8 (1,00)	0	2,73	3,83	39,14	28,83
TTRAK	big	84,28	83,28	42,87	4,64	77,04	0					
ASUZU	0,7288	1	0	0	0	0	8 (1,00)	0	0,57	6,88	41,1	71,86
TMSN	0,8431	1	0	0	0	0	8 (1,00)	0	0,25	1,21	29,76	53,7
DOAS	big	1,01	-0,01	8,06	5,98	0,23	0					

To rank the relatively efficient companies, a super-efficiency ranking was calculated based on the 2022 data (Table 8). However, since the efficiency levels of the efficient firms are at their maximum, it was not possible to identify the most efficient firm within the group of efficient companies. When looking at potential improvement recommendations for the relatively inefficient firms, all of them took DOAS as the reference, the company closest to them. This shows that the least efficient company among the relatively efficient ones is DOAS. In this context, under the scale-dependent variable return assumption, technical efficiency values of automotive sector companies were measured by comparing them with reference firms, and recommendations were made based on these values. The technical inefficiency of firms is defined by the difficulty in reaching the targeted output levels, which is typically associated with excessive input (usually cost) usage.

In the super-efficiency model, the scores calculated for TAOSA, FROTO, and TTRAK were reported as 'big'. This indicates that the efficiency scores of these companies are mathematically considered infinite (∞), signifying their absolute leadership position within the sector.

Table.8. *DEA-Based Benchmarking Results for 2022*

DMU	*Score*	*Benchmarking*	*Explanation*
TAOSA	big	–	High input level but also a very high output (20.61). According to the super-efficiency model, it is significantly more productive than the others.
FROTO	big	–	Technically efficient, but not primary. Could likely become efficient with a slight input reduction.
KARSN	0.6056	8 (1.00)	Rather low score. Its benchmark, DOAS (DMU 8), performs significantly better.
OTKAR	0.5059	8 (1.00)	Similarly, the reference unit DOAS has much stronger performance. Very low efficiency score.
TTRAK	big	–	Super-efficient. Has high output levels. Potentially one of the "stars" of this model.
ASUZU	0.7288	8 (1.00)	Not efficient but at a moderate level. DOAS is again the benchmark.
TMSN	0.8431	8 (1.00)	Relatively more efficient but still below the ideal. DOAS remains the reference unit.
DOAS	big	–	Super-efficient, but note the slightly negative input (X2: -0.01), which, while not affecting efficiency scores, should be verified.

According to Table 9 results; for potential improvement, the relatively inefficient firms OTKAR, KARSN, ASUZU, and TMSN can achieve 100% efficiency by emulating the efficient firm DOAS, with which they share 100% similarity. Meanwhile, TTRAK demonstrates a super-efficient performance with its high outputs, standing out in the sector. This implies that other units can learn from TTRAK's performance strategies.

The fact that DOAS ranks at the lowest tier among efficient units leads us to define it as "marginally efficient" in technical terms meaning that it produces the maximum output possible given its current inputs, yet operates at a lower performance level compared to other efficient units. At the same time, it serves as a reference point for inefficient units. Although reaching a high-performance level like TAOSA would require an output increase of 50 to 88 times which is practically unfeasible achieving the DOAS level is possible through a 4 to 12 fold improvement, which can be attained via gradual optimizations while maintaining the current operational structure. This positions DOAS as a more realistic "role model" in terms of managerial goal-setting, whereas units like TAOSA and FROTO should be adopted as long-term transformation targets. For immediate improvements, it would be beneficial to examine and take inspiration from DOAS's input utilization strategies, output optimization techniques, and scale management model. In conclusion, DOAS should be considered as the "minimum efficiency threshold," and TAOSA as the "excellence level"; firms should initially aim to reach the DOAS level and then strive toward achieving TAOSA.

All inefficient DMUs fully utilize the X1 (Total Debt/Total Assets) input at maximum capacity (X1=1), yet exhibit idle capacity in the X2 (Net Debt/EBITDA) input (X2=0). Output analysis reveals that inefficient units show particularly significant deficiencies in Y3 (Net Profit/Equity) performance, with values ranging between 0.01 and 0.11, in stark contrast to the 0.92–1 range observed in efficient units. Additionally, the Y2 (Net Profit/Total Assets) output also emerges as a problematic indicator for most units. Based on these findings, the recommended improvement steps are as follows:

Priority Action: Enhancing the critically low Net Profit/Equity (Y3) ratio in inefficient units.

Resource Optimization: Reallocating resources from the underutilized Net Debt/EBITDA (X2) input to the fully utilized Total Debt/Total Assets (X1) domain.

Best Practice Transfer: Adopting the operational model of DOAS, the only unit demonstrating success in the Y2 (Net Profit/Total Assets) output.

The actions required for inefficient firms are as follows:

KARSN must reduce its Net Debt/EBITDA ratio by 4.16%, despite not needing to change its leverage ratio. It also needs to increase its return on sales by 12.47%, return on assets by 48.94%, and return on equity by 88.58%. This suggests that the firm is struggling to meet the high cost of debt, which is reflected in its return on equity due to the financial leverage effect.

OTKAR must reduce its Net Debt/EBITDA ratio by 2.73%, increase its return on sales by 3.83%, return on assets by 39.14%, and return on equity by 28.83% to achieve 100% efficiency.

ASUZU must reduce its Net Debt/EBITDA ratio by 0.57%, increase its return on sales by 6.88%, return on assets by 41.10%, and return on equity by 71.86% to reach 100% efficiency and resemble DOAS. Lastly, TMSN must reduce its Net Debt/EBITDA ratio by 0.25%, increase its return on sales by 1.21%, return on assets by 2976%, and return on equity by 53.70% to achieve 100% efficiency. These results show that if the firm reduces its inputs by the specified rates, it will experience a corresponding increase in outputs.

Conclusion and Recommendations

This study was conducted to evaluate the financial performance of eight companies operating in the automotive sector and listed on Borsa Istanbul for the year 2022. Financial data were obtained from the Public Disclosure Platform (KAP). A super-efficiency-based benchmarking approach was adopted by employing the input-oriented variable returns to scale (BCC) model of Data Envelopment Analysis (DEA), which is rooted in the broader framework of Decision Analysis (DA). In the model, Net Sales, Return on Equity (ROE), and Net Profit were used as output variables, while Total Assets, Cost of Goods Sold (COGS), Short-Term Liabilities, and Long-Term Liabilities were considered as input variables. In this way, the relationship between input efficiency and financial outcomes was analyzed in a multidimensional manner.

Findings from the DEA revealed that firms with relatively low efficiency scores (OTKAR 50.59%; KARSN 60.56%; ASUZU 72.88%; TMSN 84.31%) had significantly high Net Debt/EBITDA ratios. These high ratios were found to negatively affect financial performance indicators such as ROE, indicating that inefficient firms struggle to generate sufficient returns on borrowed capital. This suggests that financial leverage does not translate into value creation under current cash flow constraints.

Among the firms ranked by super-efficiency scores, TTRAK stood out. Although DOAS was frequently used as a reference firm, TTRAK demonstrated superior output production using the same level of inputs, positioning it as the "star performer" in terms of absolute performance. This highlights DEA's strength not only in relative benchmarking but also in assessing raw productivity. Considering the high fixed-cost structure and scale-based production processes of the sector, borrowing appears to be a necessary financing tool. However, rather than the absolute amount of debt, its cost and impact on cash flows are more decisive. These findings underline that DEA, though a classical method, still offers valuable insights for contemporary performance evaluations.

By combining both parametric methods (regression and correlation analysis) and the non-parametric DEA approach, this study evaluated the relationship between leverage and profitability from a multidimensional perspective. The strong negative correlation between the Net Debt/EBITDA ratio and profitability indicators (e.g., $r = -0.726$ between Net Debt/EBITDA and Net Profit Margin) statistically confirms that debt pressure suppresses efficiency, thus reinforcing the inefficiency results obtained through DEA. Moreover, since DEA is not affected by multicollinearity, high correlations among variables do not compromise the model's validity. This coherence between methods strengthens the credibility of the study's findings.

From a methodological standpoint, the analysis was based on financial data from a single year and a relatively limited sample, which may restrict the generalizability of the results. Furthermore, the exclusion of external macroeconomic variables such as exchange rates and inflation especially relevant in a volatile economy like Turkey limits the external validity of the model. To overcome these limitations, future studies should consider multi-year data, robustness tests with alternative variables, and hybrid models incorporating macroeconomic indicators.

Future research could expand the analysis to compare Turkish automotive firms with global competitors to assess performance on an international scale. Additionally, integrating qualitative data through expert interviews would provide deeper insight into structural dynamics. Dynamic DEA models such as panel DEA, the Malmquist Index, or window analysis could also be employed to track performance changes over time, offering strategic guidance for continuous improvement.

In conclusion, this study does not merely offer an absolute efficiency evaluation but proposes a strategic benchmarking framework that encourages continuous improvement. Even efficient firms may experience fluctuations in performance over time, and periodic benchmarking can help maintain long-term competitiveness. In this context, DEA serves not only as a tool for technical efficiency assessment but also as a mechanism for evaluating a firm's adaptability to sectoral competition.

Ethical Declaration

During the writing process of the study "*Financial Performance Analysis of Borsa Istanbul-Listed Automotive Firms: A DEA and Benchmarking Approach*" scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation.

Etik Beyan

"*Borsa İstanbul'da İşlem Gören Otomotiv Firmalarının Finansal Performansının VZA ve Benchmarking ile Değerlendirilmesi* " başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

References

Atalay, I., & Vatansever, K. (2020). BİST'te İşlem Gören Turizm Firmalarının Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi Yöntemi ile Ölçümü. *Third Sector Social Economic Review*, *55*(3), 1759-1779.

Anderson, S. W., & Peterson, K. J. (1993). A framework for understanding the benchmarking process. *Journal of Business Logistics*, 14(2), 1-27.

Banker, R. D., Charnes, A., & Cooper, W. W. (1984). *Some Models for Estimating Technical and Scale Inefficiencies in Data Envelopment Analysis*. Management Science, 30(9), 1078–1092

Bardi, Ş. (2023). Otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmaların maliyet girdi odaklı etkinlik analizi. *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi*, *5*(1), 15-25.

Barr, R. S., & Seiford, L. M. (1994), October). Benchmarking with data envelopment analysis. In *ORSA/TIMS Joint National Meeting, Detroit, MI* (Vol. 23).

Bell, R. A., & Morey, R. C. (1995). Increasing the efficiency of corporate travel management through macro benchmarking. *Journal of travel research*, *33*(3), 11-20.Blumberg DF (1994). Strategic benchmarking of service and logistic support operations. J. Bus. Logist., 15(2): 89-119.

Bergeron, B. (2003). *Operations management: A supply chain approach*. Wiley

Camp, R. C. (2024). *Benchmarking: The search for industry best practices that lead to superior performance*. CRC Press.

Cenger, H. (2023). Finansal kaldıraç düzeyi ve verimlilik: Konaklama sektörü örneği. In A. Şit & B. Buyuran (Eds.), **Kurumsal finans alanında sektörel uygulamalar** (ss. 95–126). Nobel Bilimsel Eserler

Cenger, H. (2011). İmkb'de İşlem Gören Çimento Şirketlerinin Performanslarinin Ölçülmesinde Veri Zarflama Analizi Yaklaşimi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(3-4), 31-44.

Cenger, H., Sarıyer, N., (2022). Marka Değeri Hesaplanmış Borsa İstanbul'da İşlem Gören Otomotiv Sektörüne Ait Firmaların Süper Etkinlik Analizi. 25. Finans Sempozyumu.

Charnes, A., Cooper, W. W. & Rhodes, E. (1978). Measuring the efficien-cy of decision-making units. *European Journal of Operational Re-search*, 2, 429-444.

Charnes, A., Cooper, W. W., & Rhodes, E. (1994). Measuring the efficiency of decision-making units. *European Journal of Operational Research*, 2(6), 429-444.

Cook, W. D., & Zhu, J. (2005). *Modeling Performance Measurement: Applications and Implementation Issues in DEA*. Springer.

Cook, W. D., & Seiford, L. M. (2009). Data envelopment analysis (DEA) – Thirty years on. European Journal of Operational Research, 192(1), 1–17. https://doi.org/10.1016/j.ejor.2008.01.032

Cook, W. D., Tone, K., & Zhu, J. (2014). Data envelopment analysis: Prior to choosing a model. *Omega*, 44, 1–4. https://doi.org/10.1016/j.omega.2013.09.006

Collier DA, Storbeck JE (1993). A data envelopment approach to benchmarking in the telecommunications industry. Ohio State Faculty of Management Science Working Paper, *Ohio State University, Columbus.*

Dyson, R. G., Allen, R., Camanho, A. S., Podinovski, V. V., Sarrico, C. S., & Shale, E. A. (2001). Pitfalls and protocols in DEA. *European Journal of Operational Research*, 132(2), 245–259.

Didehkhani, H., Hosseinzadeh Lotfi, F., & Sadi-Nezhad, S. (2019). Practical benchmarking in DEA using artificial DMUs. *Journal of Industrial Engineering International*, *15*, 293-301.Eyrich HG (1991). Benchmarking to become the best of breed. Manuf. Syst., 9 (4): 40-47.

Emrouznejad, A., & Yang, G. L. (2018). A survey and analysis of the first 40 years of scholarly literature in DEA: 1978–2016. *Socio-Economic Planning Sciences*, 61, 4–8. https://doi.org/10.1016/j.seps.2017.01.008

Eyrich, A. (1991). Benchmarking: A technique for continuous improvement. *Operations Management Review*, 10(3), 45-55.

Fenyves, V., Tarnóczi, T., & Zsidó, K. (2015). Financial Performance Evaluation of agricultural enterprises with DEA Method. *Procedia Economics and Finance*, *32*, 423-431..

Gedik, A., Koçarslan, H., & Karaer, M. (2017). İSO 500 işletmelerinin malmquist-tfv endeksi ile etkinliğinin ölçülmesi: Otomotiv sektörü örneği. *International Journal of Social and Humanıtes Sciences Research*, 4(15), 1917-1923.

Gülcü, A. & Cenger H., (2013). İmkb'de İşlem Gören Turizm İşletmelerin Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Mali Performanslarinin Ölçümü ve Benchmarking Uygulamasi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(8), 853-870.

Kleinhans S, Merle C, Doumeingts G (1995). Determination of what to benchmark: a customer-oriented methodology. In: Rolstadas, A. (Ed.), *Benchmarking theory and practice, Chapman and Hall, London*, pp. 267-276.

Lim, S., Bae, H., & Lee, L. H. (2011). A study on the selection of benchmarking paths in DEA. Expert Systems with Applications, 38(6), 7665-7673.

Lopes, A. L. M., Carneiro, M. L., Schneider, A. B., & de Lima, M. V. A. (2010). Markowitz na otimização de carteiras selecionadas por Data Envelopment Analysis–DEA. *Gestão e Sociedade*, 4(9), 640-656.

Myers, S. C. (2001). Capital structure. *Journal of Economic Perspectives, 15*(2), 81–102. https://doi.org/10.1257/jep.15.2.81

Morey R, Dittman D (1995). Evaluating a hotel GM's operational performance: a case study in benchmarking. *Cornel Hotel Restaurant Adm.* Q., 36(5): 30-35.,

Moseng B (1995). Productivity measurement: methods and tools developed in TOPP. In: Rolstadas, A. (Ed.), Benchmarking theory and practice, *Chapman and Hall, London*, pp. 248-260.

Nurcan, E., & Kaya, N. (2016). Dünya otomotiv sektöründeki lider firmaların verimliliğinin veri zarflama analizi ile incelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2(1), 64-75

Omaki, E. T. (2005). Recursos Intangíveis e Desempenho em Grandes Empresas Brasileiras: avaliações dos recursos intangíveis como estimadores de medidas de desempenho financeiras. *Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, *29*.

Özdemir, A. İ., & Düzgün, R. (2009). Türkiye'deki otomotiv firmalarının sermaye yapısına göre etkinlik analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), 147-164.

Rahman, M., Rodríguez-Serrano, M. Á., & Lambkin, M. (2018). Brand management efficiency and firm value: An integrated resource based and signalling theory perspective. *Industrial Marketing Management*, 72, 112-126.

Şahin, İ. E., & Akkoyuncu, H. (2019). Türkiye'de otomotiv sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin etkinlik analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Prof. Dr. Fuat Sezgin Özel Sayısı, 339-347

Sigala M (2003). Developing and benchmarking internet marketing strategies in the hotel sector in Greece. J. *Hospitality Tourism Res*., 27(4): 375-401.

Talluri, S. (2000). Data envelopment analysis: *models and extensions. Decision Line*, 31(3), 8-11.

Tata, J. (2000). Benchmarking: A tool for competitive advantage. *Journal of Business Strategy*, 21(6), 34-40.

Tepe Mübeyyen (2006). *Kiyaslama Çalişmasinda Veri Zarflama Analizi* Kulanim yayınlanmamış yüksek lisans tezi,, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen bilimleri enstitüsü.

Wei, B. W., Ma, Y. Y., & Ji, A. B. (2024). Stage interval ratio DEA models and applications. *Expert Systems with Applications*, 238, 122397.

Vassiloglou, M., & Giokas, D. (1990). A study of the relative efficiency of bank branches: An application of data envelopment analysis. *Journal of the Operational Research Society*, 41(7), 591–597.

Yaylalı, M., & Çalmaşur, G. (2014). Türk otomotiv endüstrisinde maliyet ve toplam faktör verimliliği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3), 325-350.

Yıldız, A. (2006). Otomotiv sektörü performansının değerlendirmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 16, ss, 4

Zhou, P., Ang, B. W., & Poh, K. L. (2018). A survey of data envelopment analysis in energy and environmental studies. *European Journal of Operational Research, 189*(1), 1–18.

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Performans ölçümü, şirketlerin verimliliğini ve etkinliğini izlemek amacı güderken, finansal göstergeler kurumsal performans analizi için yaygın araçlardır. Veri Zarflama Analizi (VZA), firmaların performanslarını ölçmek, karşılaştırmak ve sıralamak için kullanılmaktadır. Bu çalışma, otomotive sektöründe yer alan firmaların VZA yoluyla, etkili borç yönetimine sahip firmalar ile bu özelliğe sahip olmayan firmaların finansal performanslarını karşılaştırmalı olarak analiz etmek, birbiri ile kıyaslayarak, bu konuda verimli olmayan firmaların daha verimli olması için önerilerde bulunmaktır. Çalışma, firmaların finansal sürdürülebilirliklerini artırmak için stratejiler geliştirmeyi amaçlamaktadır. VZA yöntemi; benzer işleri yapan çoklu girdi/çıktıya sahip organizasyonel birimlerin göreli etkinliklerini ölçmede kullanılan matematiksel programlama tabanlı bir yöntemdir. Özellikle birden çok girdi ya da çıktının ağırlıklı girdi veya çıktı kümesine dönüştürülemediği durumlarda VZA etkin bir yaklaşım olarak kabul edilmiştir. Bu bağlamda çalışmada; Borsa İstanbul'da işlem gören otomotive sektörüne ait firmaların 2022 yılına ait görece finansal performansları VZA yöntemiyle ölçülmüştür. Bu uygulamada girdi/çıktı bileşimlerinde yapılacak değişiklikler oransal olarak belirtilmiştir. Girdi ve çıktı değişkenleri kamu aydınlatma

platformundan (KAP) elde edilen mali tablolar yardımı ile MS EXCEL'de hesaplanmıştır. Bir firma yatırımlarını borç ve/veya öz sermaye ile finanse edebilir. Firmanın borçlarının öz kaynaklara oranı, finansal kaldıraç veya dişli olarak tanımlanır (Pandey, 2010). Bu nedenle çalışmada girdi değişkeni olarak firmalar için maliyet unsuru olan kaldıraç oranı ve bir firmanın net borcunun (Kısa vadeli borçlanma +uzun vadeli borçlanmanın kısa vadeli kısmı + uzun vadeli borçlanma- Nakit ve Nakit Benzerleri- Kısa vadeli Finansal Yatırımlar), yıllık yarattığı FAVÖK'ın (Net Faaliyet Karı + Amortisman + İtfa Giderleri) kaç katı olduğunu gösteren Net Borç/FAVÖK oranı kullanılmıştır. Kârlılık performans göstergeleri, bir şirketin etkinliğini ve başarısını ölçer. Firmanın kârlılık ölçütlerinin tipik göstergeleri olarak, öz sermaye getirisi (ROE) ve aktif getirisidir (ROA); ayrıca satışların getirisi (ROS) de kullanılabilir. Bu nedenle çıktı değişkenleri de bu karlılık oranlarından seçilmiştir. Literatür incelendiğinde yapılan çalışmaların çoğunda VZAyöntemi kullanılmış olup, bu çalışmalarda yalnızca etkin ve daha az etkin olan karar verme birimleri (KVB) belirlenmiştir. Ancak, görece verimsiz firmaların nasıl verimli hale gelebileceğine dair girdi ve çıktı değişkenlerinde yapılması gereken değişimler üzerine yeterli bilgi verilmemiştir. VZA yöntemini etkin bir kıyaslama aracı olarak kullanan çalışmalar da sınırlı kalmıştır ve bu yöntem farklı endüstrilerde, örneğin telekomünikasyon, bankacılık ve otelcilik alanlarında daha fazla kullanılmıştır. Özellikle, araştırmaların otomotive sektöründe yaygın olmaması, bu sektörde VZA'nın önemini artırmaktadır. Çalışmada otomotive sektörüne odaklanmanın diğer nedeni, bu sektörün sabit varlıklar açısından yüksek miktarlara sahip olması ve yüksek kaldıraç oranları sunmasıdır. Çalışmanın literatüre katkısı düşünüldüğünde; otomotive sektöründeki verimli birimler için bir ölçüt sunarak, rekabet gücü ve sürekli verimlilik için referans oluşturmayı hedeflemektedir. VZA ile, performanslarında gelişme göstermeyen verimsiz birimlerin, verimli birimlerin referans alınarak etkinlik düzeyine ulaşmalarına yardımcı olacak iyileştirme önerileri sunulacaktır. Elde edilen bulgulara göre, görece verimsiz firmalar arasında sırasıyla OTKAR (%50,59), KARSN (%60,56), ASUZU (%72,88) ve TMSN (%84,31) firmaları yer almıştır. Yüksek Net Borç/FAVÖK oranlarının, bu firmaların verimlilik sıralamalarını etkilediği ve mali sağlıklarında düşüşe yol açtığı gözlemlenmiştir. Çalışmada, görece verimsiz firmalara kaldıraç oranını azaltma önerisi verilmemiştir; bunun yerine, nakit akışları ve borcun maliyetinin daha belirleyici olduğu sonucuna varılmıştır. %100 etkinliğe ulaşan firmalar ise TAOSO, FROTO, TTRAK ve DOAS olarak belirlenmiştir. Verimli firmalar arasında süper etkinlik sıralaması yapılmış, ancak verimlilik düzeylerinin en üst seviyede olması nedeniyle en verimli firmanın tespiti sağlanamamıştır. Görece verimsiz firmalar, kendilerine en yakın DOAS firmasını referans almış ve etkin olmayan firmalara en yakın referans DOAS firması gösterilmiş ve kıyaslanmıştır. Yapılan analizlerde parametrik yöntemler (regresyon ve korelasyon analizi) ile parametrik olmayan VZA (Veri Zarflama Analizi) yaklaşımının birlikte kullanılması sayesinde, kaldıraç ve kârlılık arasındaki ilişki çok boyutlu bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Net Borç/FAVÖK oranı ile kârlılık göstergeleri arasındaki güçlü negatif korelasyon (örneğin Net Borç/FAVÖK ile Net Kâr Marjı arasında $r = -0,726$), borç baskısının etkinliği azalttığını istatistiksel olarak teyit etmektedir. Bu bulgu, VZA ile elde edilen verimsizlik sonuçlarını da güçlendirmektedir. Ayrıca, VZA yöntemi değişkenler arası çoklu doğrusal bağlantıdan (multicollinearity) etkilenmediği için, değişkenler arasındaki yüksek korelasyonlar modelin geçerliliğini zedelememektedir. Bu iki yöntemin sonuçlarındaki uyum, çalışmanın bulgularının güvenilirliğini artırmaktadır. Araştırma, sürekli iyileştirmenin önemini vurgulamakta ve firmaların düzenli olarak VZA metodunu kullanarak durum analizi yapmalarını önermektedir. Çalışmanın hassasiyetine değinmek gerekirse, VZA sonuçlarının yorumlanırken dikkat edilmesi gereken unsurlar arasında girdi ve çıktılar yer almaktadır. Gelecek çalışmalarda, VZA metodunun KVB sayısı artırılarak birden fazla yıl boyunca karşılaştırmalar yapılması ve farklı girdi/çıktı değişkenleri kullanılması önerilmektedir.