IV.

USVES

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu

International Symposium on
Social Sciences and Educational Sciences

TAM METİN KİTABI

CONFERENCE PROCEEDINGS

ISBN: 978-625-7501-08-8

2021

4-5 EYLÜL

www.usves.com.tr

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER VE EĞİTİM BİLİMLERİ SEMPOZYUMU (USVES) TAM METİN KİTABI

ISBN: 978-625-7501-08-8

Yayın Editörü

Tuğrul Gökmen ŞAHİN

Kapak Tasarımı

Bülent POLAT

Erişime Açıldığı Tarih

23.03.2020

Asos Yayınevi

Adres: Çaydaçıra Mah. Hacı Ömer Bilginoğlu Cad. No: 67/2-4/MERKEZ/ELAZIĞ

Telefon: +90 532 643 75 23

Mail Adresi: asos@asosyayinlari.com

Web: www.asosyayinlari.com

İnstagram: https://www.instagram.com/asosyayinevi/

Facebook: https://www.facebook.com/asosyayinevi/

Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu

International Symposium on Social Sciences and Educational Sciences

Sempozyum Onursal Başkanı

Rektör

Prof. Dr. Mehmet Dursun Erdem

Uluslararası Balkan Üniversitesi

Sempozyum Düzenleme Kurulu Başkanı

Prof. Dr. Nesrin Sis

Sempozyum Düzenleme Kurulu

Dr. Hasan Aydemir

Dr. Salim Durukoğlu

Dr. Gülşah Mete

Dr. Yalçın Karalı

Uzm. Muhammet Özcan

Arş. Grv. Tuğrul Gökmen Şahin

Arş. Grv. Mert Şen

Bilim Kurulu

Prof. Dr. Abuzer Akgün - Adıyaman Üniversitesi

Prof. Dr. Adnan Tepecik - Başkent Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet Kara - İnönü Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet Yatkın - İnönü Üniversitesi

Prof. Dr. Anastassiya Golovnija - Belarus State Art University

Prof. Dr. Beyhan Kanter - Mardin Artuklu Üniversitesi

Prof. Dr. Cemile Hesenzade - Azerbaijan State Academy of Sciences

Prof. Dr. Cengiz Şengül - Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Süleyman Cem Şaktanlı - Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Prof. Dr. Cevdet Kılıç – Trakya Üniversitesi

Prof. Dr. Esra Mert - İnönü Üniversitesi

Prof. Dr. Fuat Salayev - Azerbaijan State Academy Of Arts

Prof. Dr. Hasan Kavruk - İnönü Üniversitesi

Prof. Dr. Hatice Şahin - Uludağ Üniversitesi

Prof. Dr. Hüseyin Elmas - Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. İlhan Erdem - İnönü Üniversitesi

Prof. Dr. Kazim Hadzimejlic - Academy of Fine Art Sarajevo

Prof. Dr. Kerime Üstünova - Uludağ Üniversitesi

Prof. Dr. Leyla Karahan - Gazi Üniversitesi

Prof. Ljubica Jocic Knezevic - University of Belgrade, Serbia

Prof. Dr. Mahmut - Tekin Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet Nuri Gömleksiz - Fırat Üniversitesi

Prof. Dr. Meliha Yılmaz - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Mesut Aydın - İnönü Üniversitesi

Prof. Dr. Natik Aliyev - Azerbaijan State Academy of Arts

Prof. Dr. Orhan Cebrailoğlu - Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Recai Karahan - Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Prof. Dr. Recep Dündar - İnönü Üniversitesi

Prof. Dr. Sabahattin Devecioğlu - Fırat Üniversitesi

Prof. Dr. Sedat Cereci - Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi

Prof. Dr. Shukhrat Abdumalikov - Uzbekistan State of Art University

Prof. Dr. Şerif Ali Bozkaplan - Dokuz Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Viktoria Serzhanova - University of Rzeszow

Prof. Dr. Zeki Kaymaz - Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Zeki Taştan - Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Doç. Dr. Afet Aslanova - Azerbaijan State Fine Arts University

Doç. Dr. Aziz Erkan - Sinop Üniversitesi

Doç. Dr. Bahar İşigüzel - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Bilal Tunç - Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

Doç. Dr. Bengü Hırlak - Kilis 7 Aralık Üniversitesi

Doç. Dr. Betül Altay Topçu - Kayseri Üniversitesi

Doç. Dr. Bora Göktaş - Bayburt Üniversitesi

Doç. Dr. Bülent Cercis Tanrıtanır - Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Doç. Dr. Etem Yeşilyurt - Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Eylem Güzel - Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Doç. Dr. Fatih Özek - Fırat Üniversitesi

Doç. Dr. Gökçen Şahmaran Can - Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Doç. Dr. Halil Tokcan - Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi

Doç. Dr. Hasan Aydemir - İnönü Üniversitesi

Doç. Dr. Kemal Vatansever - Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

Doç. Dr. Melinda Kostelac - Rijeka University

Doç. Dr. Ramazan Yirci - Sütçü İmam Üniversitesi

Doç. Dr. Tülay Çulha - Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Ünal Taşkın - Adıyaman Üniversitesi

Doç. Dr. Yasin Doğan - Pamukkale Üniversitesi

Doç. Dr. Recai Zan - Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Doç. Dr. Yavuz Akçi - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Dr. Fatoş Uncu - Fırat Üniversitesi

Dr. Esra Macit - İnönü Üniversitesi

Dr. Bahar Suvacı - Anadolu Üniversitesi

Dr. Başak Kasa Ayten- İnönü Üniversitesi

Dr. Recep Özdemir - Adıyaman Üniversitesi

Dr. Arif Yıldız - Adıyaman Üniversitesi

Dr. Bahtiyar Bahşi – İnönü Üniveristesi

Dr. Burak Telli - Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

Dr. Ebru Onurlubaş - Trakya Üniversitesi

Dr. İbrahim Akkaş – Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Dr. Kürşat Yusuf Aytaç - Adıyaman Üniversitesi

Dr. Limüna Akbarova - Azerbaijan State Academy Of Arts

Dr. Melih Görgün - Yeditepe Üniversitesi

Dr. Muhammet Zincirli - Fırat Üniversitesi

Dr. Mustafa Uğraş - Fırat Üniversitesi

Dr. Salih Tellioğlu - Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

Dr. Sedat Erol - Adıyaman Üniversitesi

Dr. Sevim Güllü - İstanbul Üniversitesi

Dr. Türker Barış Bulduk - Adıyaman Üniversitesi

Dr. Usama Abdulrahman Abdulaleem - Egypt Helwan Universitesi

Dr. Yahya Hiçyılmaz - Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Dr. Yalçın Karaca - Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Dr. Yalçın Karalı – İnönü Üniversitesi

Dr. Aybüke Yalçın - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Dr. Bilge Güler - Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Dr. Hüseyin Çiçeklioğlu - Mersin Üniversitesi

Dr. İnci Erdoğan Tarakçı - Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

Dr. Kazım Kılınç - Batman Üniversitesi

Dr. Mert Özgüner - Adıyaman Üniversitesi

Dr. Sevgi Sümerli Sarıgül - Kayseri Üniversitesi

Dr. Zeynep Özgüner - Hasan Kalyoncu Üniversitesi

İçindekiler

SIRBİSTAN'DAKİ NİŞ VE VRANYE ŞEHBENDERLERİNİN 1908-1911 DÖNEMİ TİCARET RAPORLARI 9
THE CONCEPT OF DARK TOURISM AND EXAMPLES OF DARK TOURISM IN TURKEY 61
KURR'ÂN'IN OKUNMA KEYFİYETİ VE MÛSİKÎ İLE İRTİBATI 69
PSYCHOLOGY OF TURKISH HIGHER EDUCATION STUDENTS IN THE AGE OF COVID-19 74
SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETİM PROGRAMININ UYGULAMADAKİ ETKİLERİ 83
INSTAGRAM ÖRNEĞİ: KİŞİSEL MARKA VE BENLİK SUNUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN CİNSİYET AÇISINDAN İNCELENMESİ 102
SANATTA HİBRİTLEŞME (METAMORFOZ ÜZERİNE) 114
ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN ÖZ DENETİM BECERİLERİNİN FARKLI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ 122
GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM TARZI İLE BİLİNÇLİ TÜKETİM BOYUTLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ 132
KİMLİK POLİTİKALARI DOĞRULTUSUNDA 21. YÜZYIL İÇİN FİKRİ SİYASET VE ŞEKLİ HÜKÜMET 142
TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTELİ GENÇLERİN EŞ SEÇİMİ KRİTERLERİ 161
EĞİTSEL OYUNLARDA KULLANILAN MEKANİKLERİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER 183
EXAMINING A MATHEMATICS TEACHER'S NOTICING SKILLS 213
INVESTIGATION OF A MATHEMATICS TEACHER CANDIDATE'S RESOURCE SYSTEM 220
FUZULİ'NİN "İMİŞ" REDİFLİ GAZELİNİN ŞERHİ 227
FUZÛLÎ'NİN "İMİŞ" REDİFLİ GAZELİNİN ŞERHİ 237
SOSYAL MEDYADA GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM TARZINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA 248
MÜLTECİLERİN AİLE KURUMUNA YÜKLEDİKLERİ ANLAMLAR: BİR META ANALİZ 268

FUTBOL TAKIMI SPONSOR MARKALARININ, TARAFTARLARIN MARKA TERCİHİ VE MARKA DEĞİŞTİRME DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE'DEKİ 4 BÜYÜK FUTBOL TAKIMI ÜZERİNDE NİTEL BİR ARAŞTIRMA..... 277

OKUMA ÇEMBERİ FAALİYETİNE İLİŞKİN ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİ..... 295

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

SIRBİSTAN'DAKİ NİŞ VE VRANYE ŞEHBENDERLERİNİN 1908-1911 DÖNEMİ TİCARET RAPORLARI

Tuğrul ARIK

Öz

1908-1911 dönemine dair Sırbistan ile Osmanlı Devleti arasındaki ticareti ele aldığımız bu makalede, Niş ve Vranye Şehbenderliklerine ait daha önce yayımlanmamış beş rapor ele alınmıştır. Sırbistan 1908 yılında Avusturya-Macaristan ile bir ekonomi savaşı içerisinde idi. Bu savaşın da etkisiyle Sırbistan ithal ikameci bir tutumla iç üretimini artırmanın yollarını aramıştır. Sırbistan bu dönemde tarım ve sanayi üretimini artırmış, yeni demir yolları inşa etmiştir. İthal ettiği ürünler azalırken ihraç ettiği ürünler artmıştır. İncelediğimiz Niş ve Vranye raporlarında istatistiki veriler de yer almaktadır. Bu istatistiklere göre Sırbistan ile Osmanlı Devleti arasındaki ticarete konu olan ürünler, bu ürünlerin miktar ve kıymetleri hakkında da bilgi edinmek mümkün olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı, Sırbistan, Niş, Vranye (İvranye), Ticaret, Şehbender

TRADE REPORTS OF NIS AND VRANJE CONSULS IN SERBİA DURING 1908-1911 PERIOD

Abstract:

In this article which we examine the trade during 1908-1911 period between Serbia and Ottoman Empire, we studied on five unpublished trade reports written by Ottoman consuls of Nis and Vranje. Serbia had entered into an economic war with Austria-Hungary in 1908. By the affect of this war, Serbia sought ways to increase its domestic production with an import substitution attitude. In that period, Serbia increased its agricultural and industrial production and built new railways. The reports of Nis and Vranje contain many statistical data about this. According to the statistics gathered from the reports, we have found some information about the goods and the amounts and values of those that were traded between two countries.

Keywords: Ottoman, Serbia, Nis, Vranje, Trade, Consul

1. Giriş

Tarih boyunca Sırbistan[1]'ın bugünkü toprakları üzerinde bir çok millet yaşamıştır.[2] Osmanlıların hakimiyeti altına girmesinden yüzyıllar sonra Osmanlı İmparatorluğu'nun güçten düşmesiyle birlikte Sırp Krallığı da bağımsızlık yolunda aşama aşama mesafe katetmiştir. Bilhassa 1791 yılında tüm Rumeli coğrafyasında ortaya çıkan ve "Dağlı İsyanları"[3] olarak tabir edilen isyanlar sonucunda bağımsızlık yolundaki süreç daha da belirginleşmiştir. Osmanlı Devleti Dağlı isyanları ile eş zamanlı olarak ortaya çıkan gerek Arabistan coğrafyasındaki Vahhabi İsyanları gerekse de Napolyon'un Mısır istilası gibi sebeplerle çok cephede mücadele vermek mecburiyetinde kalmış ve Rumeli'ndeki isyanları kısa sürede bastıramamıştır. Güvenlik zaafiyeti ile beraber bölgenin ekonomik ve sosyal yapısını da bozan bu isyanlar ancak 17 yıl sonra 1808 senesinde sonlandırılabilmişti.

İşte bu süreçte Sırplar da bir kaç defa isyana kalkışmıştır. 1804'te Karadjordje (Kara Yorgi) önderliğinde ilk isyan patlak vermiş ve bu isyan ancak Dağlı isyanlarının bastırılmasının ardından yapılan çalışmalar ile 1813'te bastırılmıştır. Hemen akabinde 1815'te bu sefer Miloş Obrenoviç önderliğinde yeni bir Sırp isyanı çıkmış ve onu takiben 1821 Yunan isyanı ile Yunanistan'ın bağımsızlığını kazanması ve ardından 1828-1829 Osmanlı-Rus Savaşı'nın gelmesiyle birlikte 17 Ekim 1830 tarihinde Osmanlı Devleti Sırplara muhtariyet haklarını vermek durumunda kalmıştır. 1875'te bu defa Bosna-Hersek'te çıkan isyanlar sürecinde de Sırplar Karadağ ile birlik kurup Osmanlı Devleti'ne karşı savaşa girmiş ve ardından 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı'yla kötü bir pozisyonda kalan Osmanlı Devleti imzaladığı Ayastefanos Anlaşması sonrasında Sırbistan'ın bağımsızlığını kabul etmiştir.[4]

Bu kabulün ardından Osmanlı Devleti diplomasi alanında Sırbistan ile ilişkisini tesis ederek uzun yıllar kendisinin yönettiği bu coğrafya ile irtibatını korumaya çalıştı. Bir yandan

[1] Günümüzde dört tarafı Macaristan, Romanya, Bulgaristan, Makedonya, Kosova**,** Karadağ, Bosna-Hersek ve Hırvatistan ile çevrili bir Balkan ülkesidir. Özelliklerini taşıdığı karasal iklim ile birlikte tarımsal üretimi bereketli olan, dağlık kısımları başta olmak üzere bir çok yöresinde hayvancılığı da mümkün kılan, ormanları sayesinde orman ürünleri sanayisinin ve pek çok sanayi kolunun geliştiği yer altı madenleri açısından da zengin bir çeşitliliği barındıran bir ekonomik yapıya sahiptir. Gerek kara ve demir yolları kara taşımacılığını gerekse de Tuna ve Tuna'yı besleyen Morava gibi akarsular ile yakın denizler üzerinden deniz taşımacılığını kullanmaktadır. Bkz. Kurt, H. (2009). Sırbistan: Fizikî ve Beşerî Coğrafya. *TDV İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt.37, ss.120-121).

[2] Bu milletler tek başlarına güçlü olmalarından ziyade yakınlarındaki güçlü imparatorlukların hinterlandı ile ilişki içerisinde varlıklarını idame ettirmişlerdir. Roma İmparatorluğu, Doğu Roma İmparatorluğu ve Osmanlı İmparatorluğu bu büyük ve güçlü imparatorluklar arasındadır. Milattan sonra Alanlar, Hunlar, Vizigotlar, Bulgarlar ve akabinde de Slavlar bölgeye hakim olmaya çalışmış ve bu mücadelelerin ardından Sırp diye tabir olunacak bir millet bu topraklara egemen olmuştur. 1300'lerin ikinci yarısında Osmanlı Devleti'ne vergi verecek vasalı durumuna gelen Sırp Krallığı nihayet 1521'de Osmanlı İmparatoru Kanuni Sultan Süleyman'ın Belgrad'ı fethiyle Osmanlı toprağı olmuştur. Bkz. Hacısalihoğlu, M. (2009). Sırbistan: Tarih. *TDV İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt.37, ss.121-126).

[3] Dağlı isyanları konusunda ayrıntılı bir çalışma için Bkz. Özkaya, Y. (2020). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Dağlı İsyanları (1791-1808)*. Türk Tarih Kurumu Yayınları.

[4] Hacısalihoğlu (2009).

Sırbistan'ın başkenti Belgrad'da sefaret açarak Belgrad Sefiri'ni atarken diğer yandan hem Belgrad hem de Niş ve Vranye şehirlerinde şehbenderlikler tesis ederek baş şehbender, şehbender ve şehbender vekili atamalarını yapmıştır.[5]

Bilhassa 1900'lerin başında bu şehbenderlik görevlilerinin görevli oldukları ülkenin ekonomik ve ticari yapısına dair hazırladıkları ve Osmanlı başkentine gönderdikleri raporlar çok büyük önem arzetmektedir. I. Dünya Savaşı'nın hemen öncesinde değişen dünya koşulları çerçevesinde Osmanlı Devleti'nin ticaret vasıtasıyla uluslararası arenada varmayı tasarladığı hedefler bakımından bu raporların ehemmiyeti vardı.

Ben başka bir çalışmamda Sırbistan'ın başkenti Belgrad'ın hem sefaretine hem de şehbenderliğine ait altı rapor üzerinde incelemelerde bulunarak 1906-1910 dönemine dair bilgiler sunmuştum. Bu çalışmada ise Niş ve Vranye Şehbenderliklerinin 1908-1911 dönemine ait diğer beş raporundaki sözel ve sayısal bilgileri, istatistiki verileri derlemeyi amaçlamaktayım.[6] Böylece 1906-1911 dönemini oluşturan altı yıllık dönemde Sırbistan'ın üç farklı bölgesinden İstanbul'a gelen 11 raporun hepsini literatüre kazandırmış ve bu raporlardaki istatistiki verileri sonraki çalışmalar için derleyerek hazırlamış olacağım.

2. Yöntem

Çalışmada üzerine odaklandığım şehbenderlik kurumu, Osmanlı Devleti'nin yabancı ülkelerde vatandaşlarının işlemlerini yapması, çıkan anlaşmazlıklarda rol üstlenmesi, konsolosluk görevlerini tamamlayıcı vazifeler icra etmesi ve iki ülke arasındaki ticari ilişkilerde sorunları çözmesi gibi sebeplerle kurulan bir müessesedir. Benim incelediğim 1900'lerin ilk yılları itibarıyla ise bu kurum artık mesaisinin neredeyse tamamını Osmanlı Devleti ile diğer ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin geliştirilmesi gibi çok önemli bir işe sarf etmekteydi.[7]

Şehbenderlerin görevleri arasında vazife yaptıkları ülkenin ekonomik yapısı ve durumu hakkında bilgi toplamak, bilhassa Osmanlı Devleti ile ilgili ticarete dair resmi istatistiki verileri derlemek ve bunları bir rapor halinde düzenleyerek Osmanlı başkentine göndermek sıralanabilir. 1907 yılına gelindiğinde artık bu raporlar, ilgili ülkelerin resmi istatistik kurumlarından elde edilen güvenilir bilgiler ile çok olgunlaşmış ve faydalı bir işlevi ye-

[5] Şehbenderlikler, şehbenderlik görevlileri ve görevlilerin vazifeleri hakkında ayrıntılı bilgi için Bkz. Arık, T. (2009). *20. Yüzyılın Başlarında Osmanlı Şehbenderlerinin Ticaret Raporları.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

[6] Raporlarda bazı hesaplama hataları vardır. Çalışmada bunlar, düzeltilmiş halleri ile yer almakta ve ayrıca rapordaki yanlış olan hesap sonucu da parantez içerisinde sunulmaktadır.

[7] Niş ve Vranye Şehbenderliklerinin söz konusu dönemde yakın oldukları Sırbistan hududundaki hareketlilik ile ilgili elde ettikleri bilgileri Sırbistan'ın başkentindeki Belgrad Sefaret-i Seniyyesine yazıyla bildirmek gibi görevleri de vardı. Ayrıntılı bilgi için Bkz. BOA, Fon Kodu:BEO, Yer Kodu: 3532-264838., BOA, Fon Kodu: BEO, Yer Kodu: 3557-266763., BOA, Fon Kodu: HR.SYS, Yer Kodu: 1505-17.

rine getirmiş olmaktaydı. Bu gerçeği farkeden Osmanlı Hariciye Nezareti Umur-i Ticariye Müdüriyeti söz konusu raporları bir dergi halinde tab ettirip ticaretle ilgilenen kişi ve kurumlara ulaştırmaya başladı. Bunun sonucunda Osmanlı tüccarlarının hangi ülke ile hangi ürünün ticaretinin makbul olduğunu farketmesini ve o yönde atılacak adımlar eşliğinde dış ticaretin de hızla gelişmesini ummuştu.

"Ticaret Layihaları" adı altında sayılı bir dergide toplanan bu şehbender raporları, ülkenin dört bir yanına dağıtıldı. Bu dergiden öylesine istifade edildi ki, kısa sürede tükenen dergiye ulaşmak için ülkenin çeşitli vilayetlerinden başkente yazılar yazılarak hem tükenen hem de yeni sayıların basılarak kendilerine gönderilmesi talep edildi.[8]

Bu çalışmada Niş ve Vranye'ye ait olan beş şehbender raporu[9] üzerinde yaptığım incelemeler sonucu Sırbistan ile Osmanlı Devleti arasındaki ticarete dair tamamlayıcı istatistiki verileri toplama imkanına kavuştum. Çünkü bu raporlar bir yandan ilgili ülkenin ekonomik yapısı ve durumunu bize bildirirken diğer yandansa hem istatistiki veriler sunmakta hem de satır aralarında resmi olmayan güncel duyumları ve piyasa bilgilerini barındırmaktadır.

Ben bu çalışmamda öncelikle her beş raporu da transkripsiyon yöntemiyle Osmanlıca alfabeden bugünkü Türk alfabesine döktüm. Daha sonra Niş Baş Şehbenderleri Mehmed Suad ile Kadri Bey'e ait iki raporu karşılaştırarak incelediğim dönemde Niş bölgesine dair değişimleri ve seyri izledim. 4 Ağustos 1910 tarihinde Niş Şehbenderi Suad Bey Saraybosna Şehbenderliği'ne atanırken buna mukabil onun yerine Niş Şehbenderliği'ne de Saraybosna Şehbenderi Kadri Bey atanmıştır.[10] Böylece ikisi birbirlerine halef-selef olmuşlardır. Söz konusu dönemde Niş bölgesine ithalatı ve ihracatı yapılan ürünlerin hangi yollar ve gümrükler üzerinden gelip gittiklerini ve bunların miktar ve kıymetlerini gösteren istatistiki verileri içeren tabloları düzenledim.

Sonrasında Vranye Şehbenderliği'ne ait yazarı belirtilmemiş[11] bir rapor ile Vranye Şehbender Vekili Aris Efendi'ye[12] ait iki raporu karşılaştırarak aynı işlemleri tekrarladım.

[8] BOA, Fon Kodu: DH.İD, Yer No: 108-2/17.
[9] Bkz. Ticaret Layihaları, R.1326/M.1910-1911, C.2. ve Ticaret Layihaları, R.1327/M.1911-1912, C.4. ile Ticaret Layihaları, R.1328/M.1912-1913, C.7.
[10] BOA, Fon Kodu: BEO, Yer No: 3788-284049. Kadri Bey bu görevinin ardından 31 Ocak 1912 tarihinde Köstence Baş Şehbenderliği'ne tayin edilmiştir. Onun yerine de Köstence Şehbenderi Haçik Efendi Niş Şehbenderli olarak tayin edilmiştir. Bkz. BOA, Fon Kodu: İ.HR., Yer No: 428-16.
[11] Vranye (İvranya) Şehbenderi olarak; 1 Şubat 1908 tarihinde Beşir Bey gözükmektedir. Bkz. BOA, Fon Kodu: İ.TAL., Yer Kodu: 441-75., 29 Şubat 1908 tarihinde Mustafa Said Bey gözükmekte ki sicil dosyası için Bkz. BOA, Fon Kodu: HR. SAİD, Yer Kodu: 19-17., 20 Eylül 1908 tarihinde Ohannes Efendi gözükmektedir ki Bkz. BOA, Fon Kodu: HR.H., Yer Kodu: 310-71..
[12] Aris Efendi Vranye Şehbender Vekaletine 19 Ağustos 1909 tarihinde tayin edilmiştir. Bkz. BOA, Fon Kodu: İ.HR., Yer Kodu: 419-7.

Akabinde tüm bu bilgileri birleştirerek, Belgrad Şehbenderliği'ne ait olan çalışmamla beraber yorumlamaya tabi tutarak tüm Sırbistan ile Osmanlı Devleti arasındaki ticarete dair 1906-1911 dönemini anlama fırsatını buldum.

Aşağıda ilk olarak Niş Baş Şehbenderliği'ne ait raporlar ele alınacaktır. Sonraki bölümde ise Vranye Şehbenderliği'ne ait raporlar incelenecektir. Akabinde ise sonuç bölümünde tüm raporların toplu değerlendirilmesi sunularak bu çalışmanın akademik literatüre sunduğu katkı ile araştırmacılar için naçizane önerilere yer verilecektir.

3. Niş Baş Şehbenderliği Raporları

Günümüzde Sırbistan'ın ikinci büyük şehri olan Niş, eski bir Kelt yerleşim alanı üzerinde Naissus adıyla bir Roma kalesi olarak tarih sahnesine çıkmış ve Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti Istanbul'un kurucusu olarak bilinen Konstantin'in doğumuna ev sahipliği yapmıştır. Konstantin tarafından bir çok inşa faaliyeti ile büyütülen şehir 441'de Hunlar tarafından yıkılmış, Bizans tarafından tekrar ihya edilip 1183'te bu sefer Sırp ve Macar ordularınca yıkılmış, sonradan Sırp Krallığı'na dahil olup 1386'da Osmanlı tarafından fethedilerek çatısı tahta kiremit kaplı evler, camiler, çeşmeler, han, hamam, imaret, türbe ve kervansaraylar ile ihya edilmiştir. Osmanlı döneminde serhad şehri olan Niş, geçiş güzergahı olarak ticaret yollarının kesiştiği bir noktadaydı ki bugün de hala altı kara yolu ile beş tren Niş'te birleşir.[13]

Niş Baş Şehbenderliği'ne ait erken tarihli ilk raporda yer alan bilgilere göre Sırbistan 1909 senesi zarfında tüm beklentilerinin üstünde memnuniyet verici bir sonuca ulaşmıştır. Çeşitli tarım ürünleri, sanayi ve hayvancılığını tahminlerinin üstünde geliştirmiş ve bunları Selanik yoluyla ihraç ederek büyük bir fayda sağlamıştır. Avusturya-Macaristan ile dört seneden beri devam eden ve ilk senelerinde kendisine çok pahalıya mal olan ekonomi savaşının acısını 1909 senesinde çıkarmaya başlamıştır. Gelinen nokta itibarıyla söz konusu ekonomi savaşı devam etse bile kuvvetli komşusuna karşı ekonomi arenasında boyun eğmekten kendini kurtarmış gözükmektedir.

Sırplılar 1910 senesinde fevkalade çalışmışlar ve bir önceki sene geçirdikleri siyasi krizin verdiği korku ile ticaretlerini genişletip ihracatlarını artırmışlardır. Bir sene zarfında Selanik yolu üzerinden gönderdikleri çeşitli ürünlerin miktarı 7.400 vagona ulaşmıştır. Bu sayı bir önceki seneye nisbetle 3.500 vagon yani % 50 daha fazladır. Bu katarın 2.166 vagonunu canlı hayvanlar ve 4.600 vagonunu hububat ve diğer ürünler oluşturmuştur. Kalanıysa tuzlanmış etler, yağlar, bira ihracatı ve bunlara ilaveten 34 vagon da urgandan oluşmuştur.

[13] Kiel, M. (2007). Niş. *TDV İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt.33, ss.147-149).

1910 senesinde ilk defa olarak ihraç edilen ürünler arasında taze meyveler, deriler ve tüy de yer almaktadır. Ayrıca 11 vagon da çimento vardır. Sırplılar Selanik rıhtım kumpanyasına inşa ettirmekte oldukları ahırlarda kullanılmak üzere gönderdikleri Popodaç fabrikası ürünü çimentonun da bu vesile ile hem revacını ve hem de ihracını sağlayarak fayda temin edeceklerini anlamışlardır.

Yukarıda sayılan ihracat ürünleri arasında bilhassa meyveler, tuzlanmış et, deriler, ip ürünleri ve diğerleri hakkında ayrıntılı bilgi sunmak dönemin ticaret yelpazesini anlama noktasında önem arzetmektedir. Aşağıda bu ürünler hakkında detaylar sunulmaya çalışılacaktır.

Meyveler arasında ilk defa orta kalitelisinden 8 milyon kilogram erik ihracatı gerçekleşmiştir. 1910 senesinde ilk defa ihraç olunan ürünlerden biri de kuru fasulyedir. Selanik'e 22 vagon gönderilmiştir. Jagodina'daki bira fabrikasının İstanbul'a sevkiyatı ile ülke içindeki tüketimi de hatırlı seviyelerde seyretmiştir. Hatta biranın talep edildiği miktarlarda üretilememesi hem siparişlerin vaktinde yetiştirilememesini hem de sürümünü azaltmaktadır.

Un ürününün ihracatı ise azalmıştır. Selanik değirmenlerinin öğüttükleri unlar, Sırp unlarına pazar oluşmasını engellemiştir. Pirot yolu üzerinden Bulgaristan, Edirne ve Istanbul'a sevk olunan ürünlerin başlıcalarını hububat çeşitleri oluşturmaktadır. Hububatın yanı sıra 37.000 kilogram kaşkaval (bir tür peynir) ve 40.000 kilogram sade yağ da sevk edilmiştir. Her sene Sırbistan'ın Osmanlı'ya ithal ettiği 35 vagon peynirin kilo fiyatı 5,20 - 6 kuruş ve 20 vagon erimemiş yağın kilogram fiyatı da 9-10 kuruş seviyelerinden satılmıştır. (1 frank = 5 kuruş)

Taze ve tuzlanmış et hususunda; Sırbistan, Avusturya-Macaristan ile gümrük ihtilafına düştükten sonra domuz ve boynuzlu hayvan hususuna olağanüstü bir ehemmiyet göstermeye başlamıştır. Önceleri canlı hayvanları Avusturya pazarlarında kolayca satmakta iken artık bundan mahrum kalmıştı. Ayrıca bu hayvanları diyar diyar sevkedip de denizleri aşırmakta da çok zahmet çekmekteydi. Üstelik tüm bu çabalara rağmen bu ticaretten daha önceleri alıştığı kârı da bulamamaktaydı.

Sırplar bu ticaretteki zikredilen olumsuzluk ve eksiklikleri telafi edebilmek ve canlı hayvanların karadan ve denizden sevk edilmeleri esnasında maruz kaldıkları tehlikeden kurtulabilmek için uzman oldukları bu alanı zamanın ihtiyaç ve koşulları çerçevesinde genişletme yolunu seçtiler. Memleketlerinde mevcut et fabrikalarının eksikliklerini de her türlü fedakarlığı göstererek giderdiler.

Sırpları fiziken fedakarlığa razı eden ve onların bu derece gayretlerini arttıran en kuvvetli sebep, 1908 senesinde Avusturya ile akdettikleri ve fakat bir müddet yürürlükte kaldıktan sonra hükümden düşmüş olan ticaret mukavelenamesiydi. Bu anlaşma ile kuzeyden

Avusturya ve güneyden Selanik yollarıyla fayda temin edeceklerini biliyorlardı. Gerçekten de bu beklentilerinde yanılmadılar. Bir kış mevsiminde 15.725 ton taze sığır, 34.609 ton taze domuz ve 26.285 ton tuzlu domuz eti, 7.083 ton lar (domuz yağı), 8.535 ton domuz yağı, 1.130 ton salam (domuz sucuğu) ve 862 ton jambon sevk etmeyi başardılar. Bu kadar çok miktarda ihracı mümkün kılan ise 8.000 sığır ile 75.000 baş domuz oldu.

Bunların hemen hemen yarısı Belgrad et fabrikası malı olup hemen hepsi Avusturya'ya sevk edilmiştir. Kalanı ise ülke içinde Novaç ve Palana gibi et fabrikalarının imalatı olup Selanik yolu üzerinden Avrupa'ya ve ilaveten Sırbistan'ın etlerine fevkalade talep gösteren İtalya'ya gönderilmiştir.

1908 senesindeki bu ilk tecrübelerinde böyle parlak bir sonuç elde etmekten memnun olmuş olan Sırplılar, et fabrikalarını çoğaltma ve dört yeni et fabrikası daha kurma kararı almışlardır. Ancak bu imalathaneler pek pahalıya mal olmakta ve tamamlanmaları uzun zaman almaktaydı. Bu durumdan dolayı en azından bir kaç sene daha hayata geçemeyeceği düşünüldüğünden Avusturya ile ticaret muahedesinin de akdedilmesinin doğru olmayacağı düşünülmekteydi. Ancak Şehbenderin notuna göre bu muahede sonradan akdedilmiştir. Ayrıca bir planlama yapılarak söz konusu etleri tüketen memleketlerin hükümetleri ile uyuşulması önem arzetmekteydi. Aksi halde uyuşulmaz ise kurulması düşünülen yeni fabrikaların boşa inşa edilmiş olacağı da aşikardı.

Bu konuda diğer bir sorun da halen mevcut olan ve ileride tesis edilmesi düşünülen imalathanelere lazım olacak hayvanların tedariki meselesidir. Sırbistan bu sanayi alanlarında boğazlanmak/kesilmek üzere yeterli miktarda hayvana sahip değildi. Bununla beraber Belgrad et fabrikasında 1910 senesi itibarıyla ihraç edilmek üzere 27.463 domuz ve 3.401 öküz ile ülke içinde tüketilmek üzere de 17.319 domuz, 6.656 sığır, 3.706 inek, 5.000 koyun, 31.327 kuzu ve 3.323 dana kesilip hazırlanmıştı. Bu alandaki net gelir, 103.748 franka varmıştı ki -raporda yazılana göre- bu gelir seviyesiyle her bir hisseye % 8 faiz vermiş olmaktaydı.

Deri ürünleri ve işlenmiş deriler hususuna gelince; 1910 senesinde deri miktarı talep edildiği seviyede bulunamamıştır yani deri arzında sıkıntı yaşanmıştır. Elde edilebilen kuzu ve oğlak derileri ise tamamıyla Almanya'ya sevk olunmuştur. Almanya keçi derilerinin çiftini 5,80 ila 7 franka kadar satın almıştır. Kuzu derilerinin kilosu ise 1,40 franka verilmiştir. Oğlak ve kuzu derilerinin 10.000 tanesi Niş'den Sofya'ya, 20.000 kadarı da Almanya'ya gönderilmiştir. Oğlak derilerinin çifti 5,50 ve kuzularınki 3 franka satılmıştır. Dersaadet tüccarından biri kilo fiyatı 3 franktan 12.000 kilo oğlak derisi satın almıştır.

Çukarima isimli bölgede 25 sene önce kurulmuş kösele fabrikası, dayanıklılık ve direnci sayesinde sonunda önemli bir konum kazanmıştır. Bu fabrika ahalinin süregelen "hariçten gelen her ürün ülkenin kendi yerli ürününden daha kalitelidir" inancının haksızlığını da

ispat etmeye muktedir olmuştur. Bu yanlış fikir o kadar kökleşmişti ki; Sırbistan'da yerli sanayiyi koruma ve geliştirme yollarını bulmak için çok zahmet çekilmişti. Fakat sonunda galip gelinerek hükümet tarafından verilecek siparişlerde ve alışverişte öncelik hakkının daima yerli sanayi ürünlerinden taraf olacağına dair kanunlar çıkarılmıştı.

Bundan ilk istifade eden de kösele fabrikası olmuştu. Bu kanun, alışverişte malın değerini belirleme hakkını hükümete vermiş olduğundan ve çoğunlukla mevcut yerli sanayiden en çok yararlanan da harbiye nezareti bulunduğundan; hükümet, Avrupa piyasalarındaki değeri nazarı dikkate alarak belirlediği kıymetler üzerinden malları satın almaktaydı. Bununla beraber yerli ürünü de teşvik ve özendirme maksadıyla % 10 zam ile ödemelerde bulunmaktaydı. Bu durumda 300.000 kilogram miktarında kösele çeşitleri, sahtiyan vb. deriler üreten bu fabrika gerektiğinde bu miktarların birkaç katı daha fazla üretimde bulunabilecek surette donanıma da sahipti.

Avusturya ile en son ortaya çıkan ticari ihtilaftan sonra da bu fabrika, 20.000 boynuzlu hayvan derisi ıslah ve imal etmiştir. Bütün işçileri Sırplı olan bu fabrika senelerce yukarıda zikredilen yanlış bir inancın kurbanı olarak uğradığı zararları telafiye başlamış ve derilerin her bir kilosu 3-5 kuruş arasında değere ulaşmıştır.

Urgancılık açısından bakarsak Sırbistan'da urgancılık sektörü pek değerlidir. Sırplılar kenevir ziraatini ilerletmişler ve Morava nehri boyunca fabrikalar tesis etmişlerdi. Bu sanata destekte bulunmuşlardır. 1909 senesinde Selanik'e sevk ettikleri urgan çeşitlerinin toplamı 400.000 frank kıymetinde ve 30 vagon yükündedir. Bunun 10 vagonu Yunanistan'a ihraç edilmiştir. Sırplılar Selanik pazarlarında rakipsiz bulunmaktadır.

Bulgarlar da urgancılığa önem vermekte olup Sırbistan'dan 300 işçiyi de kendilerine çekmişlerdir. Ama yine de henüz üretim güçleri, kendi iç taleplerini karşılayacak kadarından fazlasını üretmeye yetmemektedir.

Niş Baş Şehbenderi Mehmed Suad bu raporunda konuyla ilgili bir kaç şahsi gözlem ve duyumunu da paylaşarak demiştir ki: "Osmanlı Devleti'nin Rumeli tarafında ise her nedense kenevir ekimine ve urgancılık sanatına önem verilmemektedir. Dosfavna - Pagopulos namında iki kişinin, kurmak istedikleri bir şirket marifetiyle Vodina kazasında bir fabrika tesis edeceklerini işittim. Ancak dönüp dolaşan söylentilere bakılırsa Rumeli'de kenevir ekiminin, elde edilen tecrübeler ışığında pek mümkün olamayacağı gözükmüştür. Bundan dolayı bu haberi verenler de ilaveten "Eğer urgan ihracatımızda azalış ortaya çıkar ise Vodina'da kurulacak bu fabrikaya satacağımız kenevir ile bunu karşılarız" diyorlar."

Leskovac'da -urgancılıkla da ilişkili olan- kaytan ve ip sektöründe faaliyet gösteren fabrikalar mevcuttur. Bu fabrikaların günden güne mükemmel bir hale gelmekte oldukları, her çeşit kaytan ve ipliği üretebildikleri ve bir kaç sene içerisinde de ülkenin ihtiyacına

tamamıyla yeterli bir düzeye ulaşabilecekleri anlaşılmaktadır. Bu üretime sade, elvan (renkli) ve ipekli iplik çeşitleri de dahildir.

Uzice'deki dokuma fabrikasında ise orduya lazım olan her çeşit yatak, iç çamaşır ve havlu dokunmaktadır. Dokunan bu ürünler ülke içinde de çok başarılı bir şekilde satılmaktadır. 1909 senesinin Eylül ayının sonuna kadarki ilk dokuz ayda toplam satış 450.629 franka ulaşmıştır.

Niş dokuma fabrikası, daha bir senelik hayatı sürecinde ulaştığı üretim düzeyiyle bütün masraflarını karşılayabilmiştir. Bu fabrikadaki 17 dokuma tezgahının 14'ü demirdendir. Ayrıca fabrika, örmecilik için dört makineye de sahiptir. Her tezgah günlük 40-60 metre dokumakta ve çeşitli bezler basmakta olduğu gibi aba ve şayak da dokuyabilmektedir.

Uziceliler dokuma fabrikasının hedeflerine ulaşmasından cesaret bularak bir de kereste fabrikası tesis etmişlerdir. 1906-1907'de inşa olunan ve 30.000 frank değerinde makinelere sahip olan söz konusu fabrika, imal ettiği kereste çeşitlerini nakletmek için günlük 100 araba kullanmakta ve senede 2.500 metreküp kereste üretebilmektedir. Bu fabrika 1909 senesinin ilk dokuz ayı zarfında 80.000 franklık mal satmıştır.

Kereste fabrikası, makinelerini su gücüyle çalıştırmaktadır. Kurşumliye ile Kruşevaç arasında bulunan diğer kereste fabrikaları ile beraber yerli üretime sundukları hizmet ile Sırbistan'ı yabancı ürünlerden kurtarmaktadır. Bu çabaların sonucunda özellikle Avusturya'dan kereste ithalatı tamamen kesilmiştir.

Maden alanındaki çalışmalara gelince; kömür madenlerinden biri olarak Aleksinaç'daki kuyulardan senede 400 vagon kömür çıkmaktadır. 1904 senesinde bu madeni satan şirket inşa ettiği 6-7 kilometre civarındaki demiryolu ile madeni "Adrovaç" isimli mahaldeki ana hatta bağlamıştı. Böylece kömür ihracatında da artış sağlamıştı.

1905 senesinde 162.000 frank kıymetinde 2.160 vagon kömür çıkarılmış iken bu miktar 1909 senesinde 652.000 frank kıymetinde 5.277 vagona ulaşmıştır. 1908 senesine kıyasla ise 222.000 frank kıymetinde 1.562 vagon noksan görülmektedir. Bu azalışın olması ise Avusturya'nın sınırları kapatmasıyla birlikte ihracatın sekteye uğramasından ileri gelmiştir.

Yukarıda zikredilen tüm sanayi kollarını genel bir değerlendirmeye tabi tutarsak; 1909 senesini Sırbistan, çeşitli sanayi kollarını kurmak, eksiklerini gidermek ve sanayisini daha da ilerletmek uğrunda dikkat çekici bir çabayla geçirmiştir. Ülkede yeni tezgahlar, imalathaneler ve fabrikalar tesis etmiştir. İhraç edilmek üzere sevk olunan ürünlerin ve malların yolu değişmiş, daha da uzamış ve dolayısıyla yeniden elde edilen pazarlara gönderilen hazır et çeşitlerinin, meyvelerin ve her türlü yiyeceğin daha da iyi bir şekilde muhafaza edilmelerinin sağlanması gerekmiştir.

Diğer taraftan ithalat ise ağır vergilere tabi tutulduğundan fiyatlar artmış ve bu durum iç ticareti olumsuz etkilemiştir. Bunun üzerine fabrikalar ya kendileri doğrudan doğruya üreterek ya da tamamen işlenmemiş eşya alıp işleyerek ürünleri elde etmeye çalışmışlardır. Bu meyandaki üretime bezlik dokumalar, tülbentçilik ve yemenicilik de dahildir. Bu girişimler raporda hayırlı faaliyetler olarak geçmekte ve bu faaliyetlere, Avusturya-Macaristan devleti ile ticari ilişkilerin kesilmesinin sebep olduğu belirtilmektedir.

Diğer devletlerle imzalanan ticaret mukavelenamelerinde daima Avusturya ile mevcut mukavele esas tutulmakta olduğundan ve daima en çok imtiyaza sahip devlet pozisyonunda da bulunduğundan dolayı, Sırbistan'ın Avusturya devleti ile bozuşması ithalat açısından dehşet bir zararın ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Sırbistan, ziraati de dikkat dairesinin dışında tutmamıştır. Keten, kenevir ve pancar ziraati bereketli ürün vermiştir. Hem ülkenin hububat ihtiyacını karşılamış hem de binlerce ton ihracata uygun ürün yetişmiştir. Belgrad şeker fabrikası, dışarıdan şeker ithalini bitirecek kadar üretim yapmaya başlamış ve bir kaç seneye kadar da bu üretimin devam edeceğine dair doğal bir güven oluşmuştur. Sanayi alanında da yeni fabrikalar, hükümetten imtiyaz talep etmiş ve daha bir çok müesseseler de kurulmuş ve işlemeye başlamıştır.

1909 senesi Sırbistan'ın bir çok senelerden beri durgun olan ekonomisinin ferahlamasına imkan vermiştir. Ayrıca çok korktuğu Avusturya'dan ekonomik olarak bağımsızlığının da mümkün olduğuna dair bir kanaat oluşturmuştur. Hakikaten Avusturya hükümeti daima Sırbistan'ı ticaretiyle tehdit etmiş ve Sırbistan bu tehdidin esiri kalmıştır. Sırplar Avusturyasız yaşayamayacaklarına inanmışlardı. Halbuki ülke bu hususdaki inancın yanlışlığını bir kaç sene içinde ispat edecek şevkle çalışmış ve 1909 itibarıyla da semeresini pek parlak bir şekilde elde edecek bir seviyeye ulaşmıştır.

Mevcut demiryolu hatlarına Obrenovac-Valjevo ile Stalac-Kruşevac hatları da eklenmiştir. Mevcut hatların 1908 senesi toplam geliri 9.500.000 frank iken 1909 senesinin ilk 11 aylık diliminde gayri safi hasıla 10.965.000 franka yükselmiştir. Bu fark dahi ticaretteki başarıyı ispat edecek şekilde durumu ortaya koymaktadır.

Halkın ticari kazancına bir başka delil de geçen senenin yani 1908 bütçesinde tahmin olunan doğrudan vergiler 29.100.000 frank ve gerçekleşen 25.900.000 frank olmuş iken 1909 Kasım ayı sonuna kadar toplanan meblağ 26.800.000 frankı bulmuştur. (Sırbistan'da mali sene Mart sonuna kadardır.) Kalan borçlardan tahsil edilen miktar da 5 milyon franktır. İthalattan alınan vergiler ise 11 ay zarfında 1908 senesinin tamamına kıyasla 160.000 frank fazla olmuştur. Yerli üretim olan şeker ve biranın tabi olduğu vergi ise yine 1908 senesine kıyasla 500.000 frank fazla toplanmıştır.

İşte kabul edilen tüm bu sonuçlardan cesaret alan Maliye Bakanı da gerek gelirleri bu derece artan bütçeyi meclise sunarken gerekse de devletin borçlanacağı meblağı meclisten talep ederken çok rahat davranabilmişti.

Niş'te ticari işlemlerin işleyişi sürecinde en önemli husus doğal olarak gümrüklerdir. Sırbistan'a Niş gümrüğünden giren malların vergi işlemleri yol boyunca Belgrad, Pirot, Zistovac ve bizzat Niş gümrük idarelerinde yapılmaktadır. Bunlardan yalnız Niş ve Pirot gümrükleri Niş Şehbenderinin memuriyet bölgesi dahilindedir. Ancak bununla birlikte bütün bu gümrüklere velev ki Osmanlı'dan geçerek gelmiş olan eşya da olsa yani transit ticaret de olsa hepsi Türkiye malı ismi altında kayıt edildiğinden malların ayrımını yapmak mümkün olamamaktadır.

Osmanlı Devleti'nin Sırbistan'a ihracatı öteden beri bilindiği üzere devam etmektedir. Ağırlıklı olarak dövülmüş veya dövülmemiş kırmızı biber, taze üzüm (şaraplık), zeytinyağı, tuzlanmış kuru balıklardan ibaret olan söz konusu ticaret bu ürünlere kıyasla miktarları daha az olarak lokum, yün ve pamuk dokumalar, debbağ palamutu, limon, portakal, zeytin tanesi, değirmen taşı, incir ve tahin gibi ürünleri de içermektedir.

Aşağıdaki tabloda Osmanlı'dan ithalatı yapılan başlıca ürünler zikredilmiştir. Buna rağmen toplam ticaret miktarına bakıldığında bu başlıca ürünlerin dahi önemsiz miktarda kaldıkları aşikardır. Yine de bu ürünlerden taze üzüm, kırmızı biber ve yapağının ticareti kayda değer miktarlardadır. Üzümün her sene Sırbistan'a ithal olunan miktarı 600 ila 1.000 vagon arasında gidip gelmektedir. Kırmızı biber ithalatı ise her sene 80 ila 100 vagon arasındadır. Sırplıların kırmızı bibere düşkünlüklerini Şehbender şöyle izah etmektedir: "Sırplar biber aşığıdırlar. Ceplerinde dahi taşırlar." Ülke içinde yetişen kırmızı biber miktarı bu talebi karşılayamadığından Osmanlı'dan ithal etmektedirler. Bu iki kalem ürün yani taze üzüm ve kırmızı biber Selanik yoluyla gelmekte ve Zistovac gümrüğünden geçirilmektedir.

Sırbistan yüne daima ihtiyaç duymaktaydı. Çünkü ihtiyacını karşılayacak miktarda küçük baş hayvan yetiştirmemekteydi. Fakat mevcut hayvan miktarını da korumaya çalışarak azalmasını önlemekteydi. Yine Sırbistan'da zeytin ve zeytinyağı, pirinç, limon, portakal, tuzlu balıklar ve lokumlar da çokça tüketilen ürünler arasındaydı.

Bu ürünlere talebin hemen hemen üçte birini Yunanistan karşılamaktaydı. Bu ürünlerin ticaretiyle meşgul olanlar çoğunlukla Osmanlı'nın Yanya ve Manastır ahalisi olan Rumlardır. Bunlar Yunanistan'dan getirdikleri malları sürekli satarak Sırplıları da bunlara alıştırmış olduklarından Osmanlı'dan gelen benzerlerine rağbet edilmez olmuştu.

Tablo 1. Niş Gümrüğüne Osmanlı'dan Gelen Mallar

Ürünler	1908 Miktarı (Kg)	1909 Miktarı (Kg)
Lokum	3.358	4.427
Dövülmüş Kırmızı Biber	1.863	20.051
Tahin	0	699
Kuru İncir	1.617	936
Pamuklu Dokuma	1.149	2.877
Limon	800	231
Kına	44	54
Lakerda	0	176
Zeytinyağ	0	10.013
Zeytin Tanesi	161	1.965
Pirinç	0	91.000
Taze Üzüm	0	10.100
Kuru Üzüm	655	0
Yılan Balığı	7.288	0
Değirmen Taşı	1.797	920

Kaynak: Ticaret Layihaları 2. Cilt, R.1326/M.1910-1911, sy. 184.

Tablo 2. Pirot Gümrüğüne Osmanlı'dan Gelen Mallar

Ürünler	1908 Miktarı (Kg)	1909 Miktarı (Kg)
Lokum	1.245	2.622
Yapağı	248.858	331.490
Taze Üzüm	54.785	485.373
Taze Balık	1.338	2.347
Tuzlu Balık	200	670
Tahin	2.800	0
Yemeni	926	415
Debbağ Palamutu	0	20.560
Pamuk İpliği	5.327	4.778
Kadayıf	972	1.253
Kabuksuz Badem	64	118
Kuru İncir	210	817
Üzüm Rezaki	390	990
Üzüm Sultaniye	0	50
Portakal ve Limon	557	1.533
Helva	120	242
Leblebi	300	318

Kaynak: Ticaret Layihaları 2. Cilt, R.1326/M.1910-1911, sy. 185.

Kuru üzüm ve incir çeşitleriyle kabuksuz bademin toplam tüketimi bütün Sırbistan'da senede üç vagon yükünü bulmamaktadır. Rapora göre vergilerin aşırı yüksekliği sebebiyle ahali, meyvelerin tadına bile bakamaz duruma gelmiştir.

1910 itibarıyla süresinin bitmesine bir sene kalmış olan ticaret mukavelenamesinin yenilenmesi söz konusudur. Bu yenilenme esnasında Osmanlı ürünlerinin revacının artışına

mani olan ve ithalatı sekteye uğratan fahiş vergi oranlarının kalkması veya hiç olmazsa hafifletilmesi umulmaktadır. Bu konuda Osmanlı hükümetinin muvaffak olacağına Niş Baş Şehbenderi kesin gözüyle bakmaktadır. Çünkü mevcut anlaşmada zikredilen 'en müsait devlet muamelesi 'tabiri pek de maksadı temin etmemiştir. Mesela Hollanda ürünü kıl dokuma şark kilimlerinin taklitleri her bir 100 kiloda 3,5 kuruş gümrük vergisi verir iken aynı mal Türkiye'den ithal edilmek istendiğinde 7,5 kuruş vergi vermesi gerekmektedir.

Bu süreçte Avusturya'nın ticaretine mahkum kalmış olan Sırbistan, mukavelename ile belirlenip kısıtlanmış olan vergi oranını arttırmakta aciz kalınca "iç vergi" diye yeni bir vergi kalemi ihdas etmiştir. Bu yeni vergi kalemi sayesinde bazen 100 kiloda 6,5 frank gümrük resmi aldığı mallardan 20 frank da iç vergi almaya başlamıştır. Böylece pirinç ve bunun gibi bazı mallara isabet eden vergi, hemen hemen malın kendi kıymetine yaklaşmıştır.

1908 senesinden beri Sırbistan'ın ithalat ve ihracatı, Selanik üzerinden yapılmaktadır. Bundan dolayı ülkenin güney bölgesi önem kazanmıştır. Bu bölgenin gelecekte ekonomi arenasında büyük bir rol oynayacağına dair büyük bir kanaat de oluşmuştur. Avusturya ile sınırların asgari koşullarda açık tutulması uygulamasına geçilmesiyle beraber tüm bilgi ve haberleşmenin de kayıt altına alınması mecburiyetinin gelmesi Avusturya'nın ticaretini büsbütün kesmiştir.

Avrupa ticarethanelerinin yolladığı seyyar memurlar bu fırsattan istifadeyle Sırbistan'ın girilmedik bucağını, sokulmadık köşesini bırakmamışlar ve Sırp tüccarlarını doğrudan doğruya memuru oldukları fabrikalarla iletişime sokmuşlardır. Bu noktada en çok ticaret pazarını Almanlarla elde etmişlerdir. Bu sayede Sırp tüccarlar hem mali durumlarını hem de böylece itibarlarını korumuşlardır. Fakat sattıkları çeşit çeşit malların fiyatlarını artırmayı da ihmal etmemişlerdir.

Sırbistan ile Osmanlı'nın ithalat ve ihracatının toplamı senede 50.000 Lira seviyesinde olup her iki memleket de henüz sanayilerini kurma ve ilerletme işleriyle meşgul olduklarından Osmanlı Devleti için Sırbistan'a satılabilecek ürünleri ancak Sırbistan'da yetişmeyen ürünler olabilmektedir.

Bunlar da zeytin ve zeytinyağı, incir ve üzüm kuruları ile Sırbistan'ın pek az miktarda yetiştirip dışarıdan satın almaya mecbur olduğu kırmızı biber, yapağı, şaraplık üzüm ve benzerleridir. Ancak bunları Sırbistan tüccarlarına tanıtacak ve gösterecek seyyar memurlara kesin ihtiyaç bulunmaktadır.

Niş Baş Şehbenderi Osmanlı'nın ipekli dokumalarının ve çeşit çeşit el işlerinin Sırbistan'da müşteri bulacaklarından çok emindir. Fakat yine tekrar ederek bu ürünlerin tanıtıl-

ması ve öğretilmesi gereğinin altını çizmektedir. Sırplılar komisyonculara para vermekten hoşlanmamaktadır. İstediklerini doğrudan doğruya satın almak istemekteler. Hatta Belgrad'da bulunan komisyoncular, tüccarların talep ettikleri ürün çeşitlerini fabrikalara yazarak ürünün kendilerine değil de doğrudan müşteriye sevk edilmesini istemekte ve sonra da komisyon haklarını fabrikadan almaktadırlar. Bu durumu bilen Sırplılar da komisyoncuların bu havadan para kazanmalarına alet olmadan kendileri doğrudan ticaret yapmayı arzu etmektedirler.

Dolayısıyla Baş Şehbendere göre de Osmanlı tüccarlarının aracısız bir şekilde doğrudan Sırp tüccarlarla iletişim kurmaları şüphesiz ki daha faydalı olacaktır. Hatta bu şekilde Osmanlı pamukları ve pirinçleri yeni yeni pazarlar bulma imkanına da kavuşacaktır. Özellikle Osmanlı tüccarlarının en azından bir kısmının ortak bir girişim ile Sırbistan'da bir numune pazarı açmalarının çok isabetli bir davranış olacağı değerlendirilmektedir.

Komisyonculuğun söz konusu olumsuz yönleriyle beraber komisyonerler, doğrudan ticaretin çok mümkün olmadığı yer ve zamanlarda hem Osmanlı tüccarlarının hem de diğer tüccarların doğal olarak işine de yaramaktadır. Osmanlı tüccarları yeni müşteri bulmak istediklerinde bu komisyonerlere müracaat ederler ümidiyle Sırbistan'da komisyonculuk eden dört kişinin isimleri de Baş Şehbender tarafından raporda sunulmuştur. Bu komisyonerler, Sırp tüccarlarının istedikleri her çeşit ürünleri Avrupa'dan getirtip komisyon ücretlerini de satıcıdan almaktadır.

Yine Mehmed Suad Bey Niş'de güvenle müracaat edilebilecek tüccarların isimlerini de raporuna eklemiştir. Bu isimlerin tahmini okunuşlarını şu şekilde yazıyorum: Aristoteles Harbisyadis, Krutiç Biraderler, Naum Popoviç, Mihail Haci Neşiç, Lemter Agora, Yamdendi Biraderler.

En sondaki isim sadece deri palamudu ticaretiyle meşguldür. Haberleşmenin Almanca yazılmasının işlemleri fevkalade kolaylaştıracağı ve Fransızca dahi kabul edilen diller arasında olduğu bilhassa bildirilmiştir. Niş Şehbenderliğine Memur Baş Şehbender Mehmed Suad imzalı ilk raporumuz bütün bu bilgileri içermektedir. Şimdi 1911 yılında Baş Şehbenderlik vazifesini yürüten Kadri Bey tarafından kaleme alınmış ikinci Niş raporunu sunuyorum.

Sırbistan'ın 1909 ve 1910 seneleri tarım üretimi açısından gerçekten çok bereketli olmuştur. Bu sebeple ahalinin yüzü gülmüş ve Sırplılar şevke gelerek ciddi surette ziraate meyletmeye başlamışlardır. Evvelki senelere nispetle Sırbistan'ın 1911 senesindeki ihracatı ithalatından fazla gerçekleşmiştir. Sırplılara açık olan Selanik limanı, ticaretlerinin genişlemesine büyük hizmet etmiştir. Bunun da sayesiyle Avusturya-Macaristan ile beş seneden beri devam eden ekonomik savaş yüzünden uğradıkları zararları telafi etmeye başlamışlardır.

1910 ve 1911 senelerinde Sırbistan'da ekilen hububat, bir evvelki seneye kıyasla % 20 daha fazla olmuştur. 1909 senesinde ekilen buğday ile 1911 senesinin farkı 20.000 hektar araziyi geçmiştir. Mısır, yulaf, arpa ve çavdar yarım milyon derecesinde ekilmiştir. Hasılata gelince 1911 senesinin hasılatı, diğer senelere göre % 20 daha fazladır. Buğdayın toplamı 3 milyon hektolitredir. Arpa yarım milyon ve mısır 6.500.000 hektolitredir.

1911'deki mısır hasılatı ise 1910 senesine kıyasla daha az olmuştur. 1910 senesi hasılatı 7 milyon hektolitre idi. Dolayısıyla 1911'de ihracat da bir önceki seneki kadar olamayacaktır. Raporun yazıldığı vakte kadar Sırbistan'dan 1,5 milyon hektolitre buğday sevk edilmiştir. Ülke içindeki talep için saklanıp tüketilecek buğday miktarı ise 700.000 hektolitredir. Yine çavdar, arpa ve mısır için oluşan iç talep 4-5 milyon kadardır.

Bu hesaba göre 1911 senesinde yalnız 1,5 milyon hektolitre mısır ile bir miktar da buğday ihraç edilebilmesi beklenmektedir. Çavdar ile yulafın miktarı ise o kadar azdır ki hatta pazarlarda bile köylülerin eskisi gibi bez torbalarla getirip sattıkları bile görülmemektedir.

1911'de Sırplılar transit olmak üzere Mısır, İtalya ve Yunanistan'a külliyetli miktarda canlı olarak hayvan sevk etmişlerdir. 1910 senesinde Selanik yoluyla getirdikleri çeşitli eşyalar 7.400 vagon iken bu miktar 1911 senesinde 8.200 vagona çıkmıştır. Bunlardan 3.153 vagonunu canlı hayvanlar ve diğerini de hububat vs. ürünler oluşturmaktadır. Diğer ürünler buğday, mısır, tuzlanmış et ve bir kaç vagon da erimiş yağdan ibarettir.

İhraç edilen ürünler arasında deriler ve taze meyve de vardır. Meyveler arasında ise önceleri en çok sevk edilenin erik olduğunu Niş'e dair ilk raporda görmüştük. 1911 senesine ait raporda ise erik hasılatının azlığından dolayı ancak 2 milyon kilogram kadar eriğin dışarıya sevk olunabildiği yazmaktadır. Diğer kalan erik hasılatı Karaköy'e ve ülke içindeki murabba (meyve suyu tatlısı) fabrikasına gönderilmektedir. Gönderilen erikler söz konusu fabrikada ezme erik tatlısı imalinde kullanılarak kısım kısım kutulara yerleştirilerek Amerika'ya kadar sevk olunabilmektedir.

1909 senesinden beri Sırplılar fasulye ihracatına da başlamışlardır. 1911 senesinde Selanik ve Üsküp'e 37 vagon fasulye gönderilmiştir. Pirot yoluyla İstanbul'a sevk edilen ürünlerin başlıcaları ise kaşkaval peyniri, beyaz peynir ve tereyağdan oluşmaktadır. Bu ürünlerden 35.000 kilogram kadarı peynir (raporda "peynir" kelimesinin yeri boştur, ben ekledim.) ve 50.000 kilogram kadarı da tereyağı olarak gönderilmiştir. Tereyağın erimiş cinsi 1911 senesinde Üsküp'e gönderilmiştir. Fiyatlarına gelince peynirin fiyatı 5-6 kuruş, tereyağın fiyatı 7-10 kuruş aralığında olmuştur.

Yağ nefis yani güzel ise de Rusya ve Trabzon'da imal olunan yağlar gibi kuvvetli olmadığından doğal olarak fiyat açısından da onlardan aşağıda kalmaktaydı. Yeme esnasında

ise daha fazla lezzeti olduğu söylenmektedir. Bununla birlikte ekonomiklik/tasarruf noktasından bakıldığında bu cins, diğerlerine kıyasla aslında daha pahalıya gelmekteydi.

Genellikle yağlar, Cumartesi günleri kurulan Sırbistan pazarlarına köylülerce getirildiklerinde alınıp satılmaktadır. Rusya ve Romanya'da olduğu gibi Sırbistan'da öyle büyük ve geniş araziye sahip olan çiftlik sahipleri yoktu. Köylü kendi koyun ve ineklerinden mütevazı miktar yağ çıkarıp pazarda satmaktaydı.

Sırplıların bir kısmı sığır, koyun ve beygir yetiştirmeye çok emek harcamaktaydı. Bu emeğin sonucu da oldukça hayvan yetiştirilmekte ve ihraç edilmekteydi. 1911 senesinde transit ticaret de dahil Osmanlı sınırlarından 94.000 hayvan geçirilmiştir. 1910 senesine kıyasla 1911 senesinde büyük bir fark beklenmekteydi. Bunun sebebi ise 1911'de artık Avusturya kapılarının Sırplılara açık olmasıdır.

Tablo 3. Sırbistan'dan Osmanlı'ya Aktarmalı Olarak Pirot ve Zibefçe Hudutlarından İthal ve İhraç Olunan Hayvan Miktarı

Hayvan	1909	1910
Öküz ve İnek	30.913	35.500
Koç, Koyun ve Kuzu	64.413	54.500
Teke ve Keçi	20.987	21.600
Beygir ve Katır	1.674	2.930
Domuz	5.449	4.200
Toplam	**123.536**	**118.730**

Kaynak: Ticaret Layihaları 4. Cilt, R.1327/M.1911-1912, sy. 89.

Yukarıdaki tabloda yer alan domuzlarla öküzlerin büyük kısmı İtalya ve Mısır'a sevk edilmiştir. Keçiler ise Yunanistan'a gönderilmiştir. Sırbistan hükümeti Avusturya ile ticaret mukavelenamesi yaptıktan sonra etin fiyatı farkedilecek derecede artmıştır. Önceleri dört kuruşa satılan sığır etleri 1911 itibarıyla artık altı kuruşa satılmaktaydı. Koyun ve kuzu fiyatları da o derecede artış göstermiştir. Domuzun da fazlasıyla sevk olunması yüzünden fiyatları artmıştır. 1910-1911 kış mevsiminde taze sığır ve domuz eti olarak 20.000 ton et sevk edilmiştir.

Deriye gelirsek; Sırbistan kuzu ve oğlak derilerini genellikle Almanya'ya göndermekteydi. Kuzu derileri bir franka satıldığı gibi oğlak derileri de dört kuruşa satılmaktaydı.

Büyük hayvan derilerine gelince satılması söz konusu bile değildi. Çünkü mevcut miktar talebe dahi yetişmediğinden diğer ülkelerden ithal edilmekteydi.

İşlenmiş derilere gelince 1905'te inşa olunmuş iki kösele fabrikası Avrupa'dan Sırbistan'a deri ithal etmekten Sırpları bir dereceye kadar kurtarmıştır. Fabrikada 1911 senesi itibarıyla 400 işçi çalışmaktadır ve bunların hepsi de Sırptır. Fabrika 40.000'e yakın deri ıslah etmiştir. Fabrikanın bu işleyişi sayesinde askerlere lazım olan derilerin karşılanabilmiş olması dolayısıyla hem ahali hem de hükümet çok fayda temin etmiştir.

Urgancılık açısından söylersek Sırbistan'da urgancılık gittikçe ilerleme göstermekteydi. Bu minvalde Sırplılar kenevir tarımını da ilerletmiştir. Nichava ve Morava nehirlerine yakın olan köylerin ahalisi külliyetli miktarda kenevir yetiştirmekteydi. Niş'de mükemmel bir urgan fabrikası inşa olunmuş ve hatta 1909-1911 döneminde 900.000 frank kıymetinde ve 70 vagon yükünde urgan Üsküp ve Selanik'e sevk edilmiştir. Yunanistan için de söz konusu dönemde 25 vagon urgan gönderilmiştir. Pirot tarafındaki köylerdeki ip imal eden ustalardan 100 kadarı Niş'teki bu fabrikaya getirtilip çalıştırılmaya başlanmıştır. Bu urgan fabrikasında kıldan mamul kebeler, hayvan yularlarıyla örtüleri ve yol keçeleri dahi üretilmekteydi.

Leskovac'daki mevcut fabrikaların da en seçkini iplik ve kaytan fabrikalarıdır. Bunların hemen hepsi elektrik kuvvetiyle çalışmaktaydı. Günden güne de eksikliklerini gidermekteydiler. Bir kaç sene içerisinde her türlü kaytan ve ipeği imal edeceklerine kesin gözüyle bakıldığından Sırbistan'ın ihtiyaç duyduğu miktara yeterli gelecek kadar üretim yapacaklarından da şüphe duyulmamaktaydı.

Dokumacılık yönünden Niş Baş Şehbenderliği'ne ait ilk raporda da söylendiği üzere Uzice'deki dokuma fabrikası askere lazım olan her türlü yatak, örtü, iç çamaşır ve havluları dokumaktaydı. İlaveten bir çok ülkeye de mal satmaktaydı. Bu fabrika 1910 senesinde toplamı 540.600 franka denk gelen mal sattığı halde 1911 senesinde işi daha da ilerleterek bu miktarı 1,5 katına yükseltmiştir. Bu fabrika bir şirket tarafından inşa edilmiş ve inşaat masrafının yarısını iki senede hasıl olan gelirlerden kapatmıştır. O halde kaba taslak bir hesapla en fazla üç sene içerisinde bu fabrikanın bütün masraflarını çıkarmış olacağı hesaplanmıştır.

Sırplılar kendi dokuma malları pahalı olsa da kendi ürünlerine yabancı ürünlerden fazla rağbet göstererek milli korumacı bir tavır takınmakta ve bu hallerini de rahatlıkla açığa vurmaktaydı. Söz konusu dönemde bu dokuma fabrikasına Sırbistan'dan dahi bir rakip çıkamamıştır.

Yalnız 1911'de Niş'de bir yün fanila fabrikası açılmış ve çok güzel yünden çoraplar, dizlik, örtü, kadın palto ve elbiseleri üretmekteydi. Üretilen mal hakikaten nefis olup Avusturya malından da üstün imiş. Bu yeni fabrika 22 makineye sahipti. Her tezgah günlük

18-25 metre kadar dokuma yapmaktaydı. Aba ve şayak da dokumaya başlanmıştı. 1911 senesinde bu fabrika 156.000 franklık mal satmıştır.

Tahta ve kerestecilik hakkında da Uzice'de bir kereste fabrikası olduğunu geçen rapordan belirtmiştik. 1911'e ait raporda ise 1906-1907'de inşa olunan o fabrikaya 160.000 frank harcandığı söylenmektedir. İçindeki makinelerin kıymeti ise 49.000 frank olarak hesaplanmıştır. Bir sene önceki raporda makine değerinin 30.000 frank olarak belirtildiğini hatırlatalım.

Bu fabrika senelik 3.000 metreküp kereste vücuda getirmektedir. 1910 senesinde ise 170.000 franklık kereste imal ederek satmıştır. Bu raporda da tıpkı ilk raporda yazdığı gibi. bu fabrikanın makinelerini elektrik ile işletmekte olduğu ve bu elektrik kuvvetini de Ketina deresinden elde ettiği not düşülmüştür. Kruşevaç'da da bir diğer kereste fabrikası daha mevcut olduğundan bu iki fabrika memleketin ihtiyacına yeterli bir seviyede kereste üretimi yapmaktadır. Dolayısıyla ülkenin yabancı ürünlere muhtaç olması da nispeten önlenmiştir.

Madencilik alanındaki kömür madenlerinden Aleksinaç'daki kuyulardan senede 2.300 vagon kömür çıkarılmaktaydı. Bu kömür madeni Belçikalı bir şirket tarafından idare edilmekteydi. Şirket 200.000 frank sermaye koyarak işe başlamış ve 1911'de bütün masraflarını karşılamanın da ötesinde senelik 50.000 frank temettü verir hale gelmiştir. Maden kuyularında çalışan işçiler Sırp iseler de makinelerde bulunan ustalar ile idare yöneticisi mühendisler Belçikalıydı.

Bundan başka Sırbistan'da sekiz kömür madeni daha vardı ve işletilenlerin önemlileri şunlardı:

1- Markovac istasyonuna yakın olan Cen madeni, sırf Şimendifer İdaresi tarafından işlettirilmekte olup külliyetli miktarda kömür üretimi yapmaktaydı. Bu kömürler genellikle Sırbistan'daki şimendiferlerde kullanılmaktaydı.

2- Krnja'daki maden Belçikalı bir şirket tarafından idare olunup kömürler ülke dışına sevk edilmekteydi. Senede 2.000 vagon kömür çıkarılmaktaydı.

3- Knjazevac'daki maden bir Sırplı şirket tarafından idare olunup senelik 1.500 vagon miktarında kömür çıkarabiliyorlarsa da kömürü diğer madenler kadar iyi değildi.

4- Zajecar'daki maden dahi 15 seneden beri Belçikalı bir şirket tarafından idare olunup üretilen kömürün büyük kısmı memleket dahilinde tüketilmekteydi.

Dikkati şayan bir şey var ise de bu kadar maden ocakları mevcut olduğu halde hala maden kömürünün iyi kalitelisi yoktu. Çıkarılan kömürlerin kalitesi orta derecede bile değildi.

Bu madenlerden başka gümüş, altın, kurşun ve bakır madenleri var ise de 1911 itibarıyla söylemek gerekirse bakırın haricindekilerden istifade olunmamaktaydı. Bu bakır madeni de yabancıların elindeydi.

Tam bu sektörlerle ilgili ticaretin işleyişinde önem arzeden gümrük işlemlerinde; Niş'e gönderilen eşyanın vergi işlemleri Pirot, Ristovac ve Belgrad'da icra olunduğu gibi Niş'de de icra olunmaktadır. Osmanlı'dan Niş'e gelen ürünlerin başlıcaları şu şekilde sıralanabilir: Dövülmüş kırmızı biber, az miktarda leblebi, taze üzüm, tuzlu balık, kuru üzüm, Girit sabunu, lokum, lakerda, tahin, zeytinyağı, kuru incir, zeytin tanesi, pamuklu dokuma, pirinç, limon, portakal, yılan balığı, kına, değirmen taşı, debbağ palamutu, kabuksuz badem, pamuk iplik, baş yemenisi ve helva.

Zikredilen bu meyvelerden badem, fındık, kuru üzüm ve incirin tüketim vergisinin fahiş noktalarda olması nedeniyle pahalıya satıldığından; tüketimi ve dolayısıyla talebi de o nisbette azalış göstermektedir. En çok talep görüp tüketilen ürün ise halen kırmızı biber ve tuzlu yılan balığıdır. Bunlardan kırmızı biberin ithalatı seneden seneye sürekli artış göstermektedir. Gerçi Sırbistan'da da külliyetli miktarda biber yetiştirilmekte ise de Sırplar biberleri yeşil iken yiyerek tükettiklerinden dolayı kışlık tüketecekleri biberi Osmanlı'dan getirtmektedir. Bunun sebebi ise Sırbistan'da yetişen biberlerin Osmanlı biberleri gibi etli, dövülmesi kolay, lezzetli ve verimi yüksek olmamasıdır. Dolayısıyla bütün bu özelliklere sahip Osmanlı biberine mecbur kalmaktadırlar.

Taze sebzenin gümrük vergisi de fahiş seviyelerde olduğundan Sırplar bu üründen çok ithal edemezlerdi. Yalnız şarap imali için üzüm ile vergiden muaf olan portakal ve limon ithal edilmekteydi. Portakalın en düşük kalitelisinin fiyatının bile 40 pareden ve limonunkinin 20 pareden aşağı düştüğü görülmemekteydi. Hele ki mevsimi olmadığında limon 40 paraden aşağı alınamamaktaydı.

Osmanlı yerli dokumalarının ve diğer ürünlerinin kalitesini ve ticari açıdan uygunluğunu Sırbistan'daki ilgililerin çoğu bilmediklerinden ve Osmanlı'dan Sırbistan'a Avusturyalılar gibi seyyar tacirler, komisyoncular gönderilmediğinden Osmanlı malları Niş piyasalarında kendini gösterip de talep çekme noktasında yetersiz kalmaktaydı.

Yeni Niş Baş Şehbenderi Kadri Bey de tıpkı selefi Mehmed Suad gibi düşünmektedir. Osmanlı tüccarının azıcık fedakarlık ederek Niş taraflarına birer seyyar memur göndermiş ve onlarla birlikte numuneler ile tanıtım yapsalar şüphesiz ki Osmanlılar için büyük bir pazar da ele geçmiş olacaktır. Sırplar komisyon parası vermeyip doğrudan doğruya mal almaya heves etmekteydiler. Bu durumu Avusturyalılar da çok iyi bildiklerinden gönderdikleri seyyar memurlar vasıtasıyla komisyonsuz siparişleri kolayca toplayabilmekteydiler. Üstelik bu siparişleri bir sene müddet vererek ve taksitlendirerek satış yapıyorlardı.

Son olarak söylemek gerekirse; 1911 itibarıyla Sırbistan ile Osmanlı Devleti arasındaki ticari ilişki senelik 70.000 lira seviyesinde seyretmektedir. Her sene de ilerleme gösterme eğilimindedir. 1908'den yani dört seneden beri ithalat ve ihracatın Selanik yolu üzerinden işlemesi ve bilgi ile haberlerin de kayıt altına alınması mecburiyetinin gelmesi üzerine Avusturya mallarının hemen hemen bütün ticareti kesilmiştir ki bu bilgi tıpkısıyla bir önceki raporda da mevcuttur.

4. Vranye Şehbenderliği Raporları

Günümüzde adı Vranye Osmanlılar içinse İvranye olan kasaba, Batı Balkanlar boyunca uzanan kuzey-güney yolu ve Niş üzerinden Selanik'i Belgrad'a bağlayan demiryolu üzerinde bulunmasının da sayesinde tarih boyunca önemli bir geçiş bölgesi ve ticaret merkezi olmuştur. Bir çok defa el değiştirmesinin ardından Fatih Sultan Mehmed

tarafından 1455 Haziran'ında kesin olarak Osmanlı topraklarına katıldı. 1868 Tuna Vilayeti Salnamesi'nde yer alan bilgilere ilaveten aynı yıl Avusturyalı bilim adamı ve Yunanistan'da konsolos olan Georg von Hahn, Vranye'yi ziyaret ederek buranın geniş yeşilliklere sahip kırsal bir kasaba olduğundan ve asıl ihraç ürününün de kenevir olduğundan bahsetmiştir.[14]

Vranye Şehbenderliği'ne ait erken tarihli ilk raporda yer alan bilgilere göre 1325/1909 mali senesinin 1 Mart'ından Kasım sonuna kadar Ristovac gümrüğü yoluyla Sırbistan Osmanlı'dan 9.021.278 kilogram ağırlığında ve 1.416.616 frank değerinde bir çok ürün ithal etmiştir. Ürünler ve mallar önem derecelerine göre taze üzüm, kırmızı biber, sarımsak, arpacık, alaca, yünlü dokuma, pamuk tohumu, pamuk ipliği, yazma, lokum, ham bükülmüş ipek, tuzlanmış ve taze balık, limon ve portakal, zeytin ve zeytinyağı, sabun, kuru meyveler, nohut, leblebi, değirmen taşı ve saireden ibarettir.

Zikredilen ürünler arasında bulunan bazı sanayi mamulleri istisna edilecek olursa Sırbistan'a vuku bulan Osmanlı ihracatının büyük kısmının Sırbistan'da bulunmayan tarım ürünlerinden oluştuğu görülmektedir. Bundan dolayı Osmanlı'dan temin edilen bu bir kaç kısım emtia dikkati büyük oranda çekmekte ve bunların Sırbistan'a ihracı hususunun da kolaylıkla ilerleme ve genişleme imkanı bulabileceğine kesin gözüyle bakılmaktadır.

Halı, yün ve yünlü dokuma alanı dahilinde Sırbistan - Pirot'da bir takım fabrikalar mevcuttur. Bu nedenle her çeşit Osmanlı halılarının buralarda hemen hiç revacı olmadığı gibi gerek yerli halıların görece iyi olması yüzünden ve gerekse de sanayiyi teşvik maksadıyla devamlı surette yerli halılar tercih olunmaktadır.

Sırbistan'da sanayide kullanılan yün Osmanlı'dan, Bulgaristan'dan ve İngiltere'den tedarik edilmekteydi. Zira Sırbistan küçük baş hayvanların tamamını yabancı ülkelere ihraç

[14] Kiel, M. (2016). İvranye. *TDV İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt.EK-1, ss.681-684).

etmekte olduğundan raporun yazıldığı gün itibarıyla ülke içindeki ihtiyacına yetecek kadar hayvan bulamamaktadır. Bu ürünün ithalatında vergi de alınmamaktadır. 1909 senesinin ilk dokuz ayı zarfında Osmanlı'dan Sırbistan'a 55.361 kilogram ağırlığında ve 47.365 frank kıymetinde yün ihraç olunmuştur ki Edirne vilayetinden Pirot kanalıyla doğrudan doğruya ihraç edilen yün de bu miktara dahil değildir.

Osmanlı'da yünün fiyatı daha yüksek olmakla beraber Osmanlı'nın civar vilayetlerinde işçi ücreti az olduğundan aba, şayak ve kaşmir Sırbistan'da imal edilen aynı cins ürünlere karşı rekabet edebilmektedir.[15] Söz konusu dokuz ay zarfında Sırbistan'a Ristovac yoluyla zikredilen dokumalardan 6.067 kilogram ağırlığında ve 50.100 frank kıymetinde ithalat gerçekleşmiştir.

Bu ürünlerin ithalinde her 1.000 metrekarenin ağırlığına göre her bir 100 kilogramı için 70 dinardan (frank) 100 dinara kadar gümrük vergisi alınmaktaydı.

Gerek köylerde gerekse şehirlerde Selanik ve Dersaadet yazmalarının kullanılması genelleştiğinden dolayı bu ürün Sırbistan'da kolaylıkla satılmaktadır. Bu yazmaların pazar hakimiyetini kırmak için sonradan Niş'te köylüler için yazma yerine kullanılmak üzere bir nevi baş örtüsü üretimine başlanmıştır. Fakat bu baş örtüsünün bezi daha kalın ve fiyatı da daha fazla olduğundan Osmanlı yazmaları rağbetten düşmemiştir.

Osmanlı tacirleri ara sıra emtialarının numuneleriyle güncel fiyatlarını pazarlara göndermek zahmetini gösterseler yazma ithalatının fevkalede artacağına şüphe yoktur. Dersaadet'te üretilen yazmaların renkleri daha has olduğundan Selanik ürünlerinden de daha çok tercih edilmektedir.

Zikrolunan dokuz ay zarfında Ristovac üzerinden Sırbistan'a 2.529 kilogram ağırlığında ve 29.360 frank kıymetinde yazma ithal edilmiştir. Bu yazmalardan, bir metrekaresindeki ipliklerin adet ve ağırlığına göre imtiyaz tarifesinin 277. maddesi gereğince, 60 dinardan (frank) 100 dinara kadar gümrük vergisi alınmaktaydı.

Osmanlı tacirleri tarafından Sırbistan'a ithal olunan alacaların (karışık renkli dokumalar) tamamı Osmanlı üretimi olmayıp büyük kısmı Osmanlı gümrüklerinden vergi alınmak suretiyle yerli ürün arasına kaydedilmiş bulunan Avrupa menşeli taklitlerinden ibaretti. Suriye'de imal olunan alacalar ise fiyatlarının çok yüksek olmasından dolayı satılamamaktaydı.

[15] Dokuma sektöründeki rekabette emek maliyetinin fonksiyonu üzerine detaylı bilgi için Bkz.
İnalcık, H. (1981). Osmanlı Pamuklu Pazarı, Hindistan ve İngiltere: Pazar Rekabetinde Emek Maliyetinin Rolü. ODTÜ Gelişme Dergisi. Özel Sayı (1979-1980). 1-65.

Bu ürünün Sırbistan'a ithalini artırmak için mümkün olduğu takdirde basit kaliteli ucuz alaca üretilmesi gerekmektedir. Dokuz ay zarfında Sırbistan'a bu alacalardan 13.924 kilogram ağırlığında ve 81.471 frank kıymetinde ithalat yapılmış ve her bir 100 kilogramı için 80-100 frank gümrük vergisi alınmıştır.

Sanayide kullanılmak üzere Sırbistan'a ithal olunan Osmanlı ipek kozaları her türlü gümrük vergisinden muaftır. Ancak bu ürüne Sırbistan'ın ihtiyacı azdır. Bundan dolayı bu ürünün ithalatının genişleyip artması, Sırbistan'da ilerleme imkanı bulamamış olan bu sanayi kolunun gelişmesine bağlıdır. Zikredilen dokuz ay zarfında 745 kilogram ağırlığında ve 37.300 frank kıymetinde ham ipek ithal olunmuştur.

Sırbistan'a ithalatı yapılan yiyeceklerden biri lokumdur. Ristovac yoluyla 29.802 kilogram ağırlığında ve 34.600 frank kıymetinde lokum ithal edilmiştir ki bunun büyük kısmı Selanik'de üretilmiştir. Sırbistan'da şeker fiyatı pek yüksek olduğundan Osmanlı Devleti ile yapılan muahedename ile himaye edilen müsaadeye karşı Sırbistan'da rekabet etmek hemen hiç mümkün olmamaktadır. Şu ana kadar sayılan ürünler haricinde söz konusu dokuz ay zarfında Osmanlı'dan Sırbistan'a gerçekleşen ithalat Sırbistan'da mevcut olmayan Osmanlı tarım ürünlerinden ibarettir.

Yalnız taze üzüm ithalatı seneden seneye artmaktaydı. Zeytin ve zeytinyağı, sabun, kuru incir, hurma, limon ve portakal ürünlerinde Yunanistan, İtalya ve Fransa rekabet etmektedir. Osmanlı'dan ithal olunan bu ürünlerin miktar ve değeri tablo halinde aşağıda sunulacaktır.

Sırbistan'dan Osmanlı'ya yapılan ihracata gelince, 1909 senesinde Sırbistan'dan Osmanlı'ya Ristovac gümrüğünden 71.172.946 kilogram ağırlığında ve toplamı itibarıyla 18.261.112 frank kıymetinde 222.088 kalem çeşitli ürün ihraç edilmiştir. Sırbistan'dan Osmanlı'ya transit yolla gönderilen ürünler de bu sayılara dahildir. Bahsolunan ürünler bilhassa büyük ve küçük baş hayvanlar ile tarım ürünlerinden ibarettir.

1908 senesinde Kosova ve Selanik vilayetinde mısır ve buğday üretimi çok azaldığından 1909 senesinde yeni mahsul miktarı anlaşılıncaya kadar bahsedilen ürünlerin hemen hepsi ihraç edilmişti. Güvenilir kaynaklara göre bu ürünler ortalamanın üstündedir. Üçüncü Osmanlı ordu süvarisinin hayvanları için oldukça büyük öneme sahip olan arpa dahi o dönemde ihraç edilmiştir. Transit yolla Avrupa'ya ihraç edilen bir kısım hububat ile büyük baş hayvanın %80'i ve tuzlu etlerin hemen hemen tamamı da Osmanlı'dan ithal edilmiştir.

Sırbistan hububat ve hayvanlardan başka kendi üretimi olmak üzere Osmanlı'ya oldukça mühim bir miktar bira da sevk etmektedir. 1909 senesinde Ristovac üzerinden Osmanlı'ya yaklaşık 300.000 kilogram ağırlığında ve 75.750 frank kıymetinde bira gönderilmiştir.

1909 senesi zarfında Ristovac yoluyla Osmanlı'ya yarım milyon kilogram ip sevk olunmuştur. Bu iplerin imali için kullanılan kenevir Vranye kazası mahsulüdür ki zaten kenevirin Vranye bölgesi için temel ihraç maddesi olduğunu belirtmiştik. Bu ürünün başlıca pazarı Leskovac ise de her çeşit ip Vranye'de üretilmektedir.

Bu ürün Sırp tacirler tarafından özellikle Kosova, Selanik, Manastır ve Edirne vilayetlerine ihraç olunmaktaydı. Tacirler zikredilen ürünlerin revacını temin için bazı şehirlerde, başlıca Selanik ve Üsküp'te şubeler açmışlardı. Osmanlı tacirleri de doğrudan doğruya Sırp pazarlarından alışverişte bulunmak üzere Vranye'ye gelmekteydiler.

Kosova ve Selanik menşeli Osmanlı tacirleri Sırbistan'da yetiştirilmiş beygirlerle büyük ve küçük baş hayvanları Sırp pazarlarından alıp satmaktadır. Sırpların Osmanlı'ya vuku bulan bu gibi ihracatı da seneden seneye artış göstermekteydi.

Osmanlı'ya Ristovac yoluyla 64.413 baş koç ve dişi koyun ile 1.674 baş beygir ve kısrak ihraç olunmuştur. Bunların yalnız % 10'u transit olarak Yunanistan'a sevk edilmiştir.

Vranye sanayisi ise mütevazı ama işler vaziyettedir. Vranye'de yetişen ve cinsi iyi olmakla beraber oldukça çok miktarda tarımı yapılan tütünü üretip köylülere satmak için Sırp Rejisi tarafından sonradan bir de tütün fabrikası tesis edilmiştir. Vranye kazasında bir de kundura fabrikası mevcut olup bu kazanın sanayi üretimi bunlardan ibarettir.

Rapor sahibinin istihbaratına göre Trabzon ve çeşitli Anadolu vilayetlerindeki jandarma efradı için de bahsedilen fabrikadan çok miktarda çizme sipariş edilmiştir.

Tablo 4. R.1325/M.1909 1 Mart-30 Kasım Dönemi Ristovac (Vranye) Yoluyla Sırbistan'a İthal Edilen Osmanlı Ürünleri

Ürünler	Miktar-Kilogram	Kıymet-Frank
Kırmızı BİBer	137.115	102.836
Alaca	13.924	81.471
Sabun	9.228	9.228
Tuzlu ve Taze Balık	24.488	37.900
Yumurta	2.595	4.500
Pamuk Tohumu	130.550	24.568
Afyon Tohumu	9.710	4.855
Siyah Kuru Erik	20.000	7.500
Susam Yağı	3.997	5.150
Pamuk İpliği	8.083	24.130
Kuru İncir	9.775	4.340
Susam	8.457	2.734
Palamut	29.395	9.927
Pamuk Yağı	4.120	4.120
Ham ve İşlenmiş İpek	745	37.300
Kuru Üzüm	3.568	3.000
Balmumu	996	3.340
Ham Pamuk	3.718	4.375
Fıstık	1.901	1.490
Nohut	4.256	2.120
Kestane	12.607	4.450
Aba, Şayak, Kaşmir	6.067	50.100

Soğan, Sarımsak, Arpacık	265.847	101.800
Lokum	29.832	34.600
Leblebi	4.682	3.770
Zeytin	4.774	4.774
Limon ve Portakal	10.003	6.870
Yün	55.361	47.365
Yazma	2.529	29.360
Değirmen Taşı	68.957	17.950
Hayvanların Boyunlarına Takılan Süs Çıngırak	884	1.305
Zeytinyağ	8.143	8.143
Taze Üzüm	8.124.951	731.245
Toplam	**9.021.258** (Raporda 9.021.278 yazmaktadır.)	**1.416.616**

Kaynak: Ticaret Layihaları 2. Cilt, R.1326/M.1910-1911, sy. 195-196.

Tablo 5. 1 Ocak-31 Aralık 1909 Ristovac Yoluyla Sırbistan'dan Osmanlı'ya Transit Dahil İhracat

Ürünler	Transit	Miktar		Kıymet
		Adet	Kilogram	Frank
Öküz, Boğa, İnek, Tosun ve Dana	%80	30.913		5.651.130
Dişi Koyun, Koyun, Koç, Kuzu	%10	64.413		458.070
Dişi ve Erkek Keçi ve Yavruları	%90	20.987		324.710
Besili Domuz	%95	5.449		353.230
Beygir ve Kısrak	%10	1.674		161.160
Merkep		42		1.710
Ehlileşmiş Kuşlar	%90	2.584		2.706
Buğday	%10		11.505.100	1.832.950
Mısır	%25		22.464.445	2.983.676
Arpa	%80		26.988.970	3.245.300
Çavdar	%100		1.236.460	136.050
Yulaf	%100		2.740.000	281.100
Kuru Ot	%100		120.900	8.800
Buğday Unu			3.354.768	630.690
Mısır Unu			351.800	62.100
Kuru Fasulye	%100		310.600	65.950

İp			485.719	469.020
Kırmızı Sahtiyan	%100		495.000	495.000
Tuzlanmış Domuz Eti	%100		129.672	167.590
Tuzlu Domuz İçyağı	%100		201.472	368.500
Bira			294.041	75.750
Kuru Erik			110.880	16.575
Sırp Rakısı			4.501	1.875
Tereyağı			818	1.200
Domuz Sucuğu	%95		68.796	112.680
Jambon	%95		15.706	28.200
Peynir			6.460	6.000
Üstübü Halinde Kenevir			4.952	2.290
İplik Halinde Kenevir			37.203	58.020
Okuma Kitabı			2.143	22.000
Ağaç Traversler		96.006		171.396
Kuş Tüyü			15.600	15.600
Çimento			80.150	4.400
Kiremit			40.400	1.500
Keçi Derisi			5.660	6.170
Kuzu Derisi			875	830
Taze ve Kuru Meyveler			17.720	1.800

Pamuk Bezi		142	2.000
Bileği Taşı		18.000	1.100
Cep Revolveri	20	622	2.794
Demir Çivi		110	110
Odun Ürünleri		129	520
Halı		69	300
Sırp Maden Suları		96	20
Şarap		240	100
Kurutulmuş ve Tuzlanmış Bağırsak		4.793	3.200
Kepek		38.770	3.400
Kilise Çanı		160	600
Toplam		**71.153.942** (Raporda 71.172.946 yazmaktadır.)	**18.239.872** (Raporda 18.261.112 yazmaktadır.)

Kaynak: Ticaret Layihaları 2. Cilt, R.1326/M.1910-1911, sy. 197-199.

Tablo 6. 1909 Senesi Osmanlı'dan Sırbistan, Bulgaristan ve Almanya'ya Zibefçe-Ristovac Yoluyla Taze Üzüm İhracatı

Tarih		Ağustos	Eylül	Ekim	15 Kasım	Toplam
Almanya	**Frank**	4.000	30.593	13.128	500	**48.221** (Raporda 48.227 yazmaktadır.)
	Kilogram	40.000	305.930	131.280	5.000	**482.210**
	Vagon	8	61	26	1	**96** (Raporda 98 yazmaktadır.)
Bulgaristan	**Frank**	14.510	37.353	120.500	3.855	**176.218**
	Kilogram	161.227	415.041	1.338.885	42.829	**1.957.982**
	Vagon	32	54	151	9	**246**
Sırbistan	**Frank**	3.350	215.947	507.220	4.728	**731.245**
	Kilogram	37.219	2.399.410	5.635.780	52.542	**8.124.951**
	Vagon	7	229	509	8	**753**

Kaynak: Ticaret Layihaları 2. Cilt, R.1326/M.1910-1911, sy. 200.

Genel Toplam rakamları ise şöyledir: 955.684 Frank, 10.565.143 Kilogram ve 1095 (Raporda 1905 yazmaktadır.) vagondur. Vranye'ye ait ilk raporda yer alan bilgiler bu minvaldedir. Şimdi Vranye Şehbender Vekili Aris Efendi tarafından kaleme alınmış iki rapordaki istatistiki verileri sunmak istiyorum.

1910 senesi zarfında Sırbistan'dan Ristovac - Zibefçe yoluyla Osmanlı'ya ihraç edilen ticari malların kıymeti yaklaşık 21 milyon frank ve miktarı 63 milyon kilogram ile 111.800 baş ve adete ulaşmıştır. Bu toplam rakama transit olarak Selanik'e indirilerek yabancı ülkelere sevkedilen mallar da dahildir.

1909 senesindeki ihracat ise yaklaşık 18,5 milyon kıymetinde ve 71 milyon kilogram ağırlığındaydı. Bundan dolayı 1910 senesinde ihraç edilen ürünler gerçi ağırlıkça düşük ise de ehil hayvan ve hububat fiyatlarının artmış olması sebebiyle kıymetçe 1909 senesine kıyasla 2,5 milyon frank daha fazla olmuştur.

1908 senesinde aynı yol ile Sırbistan'dan Osmanlı'ya yapılan ihracat miktarı ise ancak 11 milyon frank kıymetinde 41 milyon kilogram ve 100.000 baş ve adet çeşitli mallardan ibaret olmuştur. Şu üç seneye ait verileri kıyasladığımızda söz konusu dönem zarfında Sırbistan ihracatının gelişme ve ilerleme göstermiş olduğu net olarak görülmektedir.

Biraz önce ifade edilen 1910 senesi zarfında gerçekleşen ihracattan miktar ve kıymetçe en önemlileri hububat ve canlı hayvanlar ile bunlardan elde edilen diğer ürünlerdir. Osmanlı'ya gönderilen hububatın ve canlı hayvanların bir kısmı ile bunlardan elde edilen ürünlerin büyük kısmı transit yolla Selanik'ten yabancı ülkelere gönderilmiş ise de bunların gerçek miktarlarını tespit etmek ancak Selanik vergi dairesinin kayıtlarına bakılarak mümkün olabilir.

Romanya ve Bulgaristan'a nazaran geri kalmış olan Sırbistan incelediğimiz dönemde tarım ve sanayi sektörlerinin ilerlemesi için olgunlukla çalışması sonucu elde ettiği iyi netice ile kendini ispat etmiştir. Şöyle ki ülkenin ihtiyacından fazla tarım ürünleri üretilebilmiştir. Bu ürünler her sene Türkiye ve Avrupa'nın diğer ülkelerine ihraç edildiği gibi önemli miktarlarda da hayvan yetiştirip Türkiye, İtalya, Malta ve Yunanistan gibi pazarlar bulmakta başarılı olunmuştur.

Bunun yanı sıra Sırbistan'da sanayinin gelişebilmesi için fevkalade faaliyet gösterilmekte olup daha öncesinde dışarıdan alınan ürünlerin önemli kısmı bu dönemde artık ülke içinde üretilebilmektedir. Çok sayıda fabrika inşa edilmiştir. Vranye bölgesinde çuha, şayak, aba, kaytan, alaca, kenevir ve sabun fabrikaları tesis edilmiş ve bunlarda da bir kaç bin işçi istihdam edilmiştir.

Sırbistan gibi küçük bir memleketteki bu ilerleme, yakın civarında bulunan Kosova ve Selanik vilayetlerine de örnek olmuştur. Onların da bu başarıya ulaşabilmek için çalışmalarını artırmaları yönünde hareket edecekleri umulmuştur.

Ticaret raporumuzda, Meşrutiyet (1908) devrinin dördüncü senesine girildiği halde Kosova ve Selanik gibi ziraate çok müsait Osmanlı vilayetlerinin buğday, un, mısır buğdayı ve unu ile kenevir gibi tarım ürünlerini Sırbistan'dan tedarik etmekte mecbur olmaları ve yetiştirilmiş hayvanların alım satımı için Sırbistan'a her sene bir kaç milyon frank vermeleri doğal olmayan bir durum ve teessüf verici bir hal olarak değerlendirilmiştir.

Raporda Vranye bölgesinde yer alan sanayi sektörüne ait fabrikalar ile ilgili detaylı bilgi de yer almaktadır. Bu çerçevede Vranye bölgesi dahilinde bulunan fabrikaların isimleri aşağıda sunulmuştur.

A- Leskovac kasabasında mevcut olanlar:

1- Kaşmir, şayak, çuha, kebe, perde ve kaytan fabrikası ki bunun makineleri elektrik kuvvetiyle çalışmaktadır.

2- Kaytan ve alaca fabrikası ki bunun makineleri buhar gücüyle çalışmaktadır.

3- Kenevir fabrikası.

4- Sicim-İplik fabrikası.

B- Grdelice Kasabasında: Kaşmir, şayak, çuha, kebe ve kaytan fabrikası ki bunun makineleri su kuvvetiyle çalışmaktadır.

C- Vranye Kasabasında:

1-İki küçük sabun fabrikası açılmıştır.

2- Kundura fabrikası yerlilerden oluşan bir şirket tarafından idare edilmektedir.

3- Tütün rejisi tarafından inşa olunan büyük tütün deposu: Köylülerden satın alınan tütün yaprakları işçiler tarafından özel bir şekilde hazırlanarak denk haline getirilip Belgrad'a gönderilmektedir.

4- Büyük kenevir fabrikası ki bunun da makineleri buhar gücüyle çalışmaktadır.

Sırbistan'a yapılan ithalata bakarsak; R.1326/M.1910-1911 senesi zarfında Osmanlı'dan Zibefçe - Ristovac yoluyla Sırbistan'a ithal edilen Osmanlı ticaret mallarının miktar ve kıymetlerini gösteren tablonun içeriğine göre 1.049.524 frank kıymetinde, 1.173.642 kilogram ağırlığında ve 148.811 adedinde Osmanlı ürünü Sırbistan'a ithal edilmiştir. Taze üzüm ile Sırp rejisi tarafından her sene alınmakta olan tütün miktarı ise bu tabloya dahil değildir.

R.1325/M.1909 senesinde taze üzümler hariç tutularak Osmanlı'dan yapılan ithalat 974.391 frank kıymetinde ve 1.252.836 kilogram ağırlığında olmuştur. R.1326 senesi ithalatı miktarında görülen 79.194 kilogramlık azalış, fiyatların yüksekliği ile telafi edilip önceki seneye kıyasla değerce 80.000 frank kadar artış sağlanmıştır.

Osmanlı'dan ithal edilen ürünlerin başlıcaları kirli yapağı, kırmızı biber, zeytinyağı, keçi kılı, şarap, soğan, sarımsak, arpacık, lokum, tahin, ham pamuk, susam, kuru ve taze balık, limon, portakal, kuru incir, hurma, balmumu, sabun, zeytin, iplik, alaca, kalemkar, değirmen taşı ile keçi ve koyun ham derisinden ibarettir.

Bu ürünlerden bilhassa keçi kılı Vranye'deki tezgahlarda işlenerek "mutyabiyye" tabir olunan keçi kılından yapılmış ürünler olarak tekrar Edirne ve Selanik gibi Osmanlı vilayetlerine, Bosna havalisine ve Sırbistan'a götürülerek satılmaktadır.[16]

Yalnız R.1326 senesinde Osmanlı şaraplarının ilk defa olarak ehemmiyetli miktarda Sırbistan'a ithal edilişi dikkatleri çekmiştir. Sırbistan'da her yıl büyük miktarlarda şarap üretimi ve de tüketimi yapılıp ülkedeki taze üzümün miktarı şarapçılığa yeterli gelmemekte olduğundan Türkiye'den her sene 8-9 milyon kilogram taze üzüm Sırbistan'a ithal edilmekteydi.

Şayet Kosova ve Selanik vilayetlerindeki Osmanlı bağcıları şarapçılığa meylederler ise Sırbistan kendilerine iyi bir kaynak olup sürekli olacak şekilde büyük bir fayda sağlayabilecek durumdadır. Yakınlığı yönünden de nakliye masrafı önemsiz miktarlarda olacağı aşikar olduğundan hafif ve ucuz şarap içmeye alışkın olan Sırpları ancak bu yakın vilayetlerdeki şarap tacirleri memnun edebilirler diye düşünülmüştür.

Sırbistan'a sevk ve ithal edilen Osmanlı şaraplarının saflık derecesinin 14'ü geçmemesi ve alkol oranının da % 5'i aşmaması şarttır. Aksi halde pek yüksek bir vergiye tabi tutulduğundan Osmanlı tüccarına kâr kalmaz. Zikrolunan şartlar içerisinde üretilen şarapların her bir 100 kilosundan 18 frank gümrük vergisi alınmaktadır.

Osmanlı Rumeli vilayetinin bazı bölgelerinde hüküm süren kolera hastalığı dolayısıyla 1911 mahsulatının Sırbistan'a ithal yasağına uğrayacağı yüksek ihtimal görülmektedir. Bundan dolayı taze üzüm ticaretiyle meşgul bulunanların zarara uğramamak için ister istemez kararın çıkmasını beklemeden erkenden mallarını şaraba çevirerek satmaktan başka çareleri yoktur.

Söz konusu raporlarda bu ayrıntılı bilgilere yer verildikten sonra kapsamlı istatistiki veriler de sunulmuştur. Bu çalışmanın metin bağlamında kopukluk olmaması için, bu istatistiki verilere metin içinde yer verilmemiştir. Ancak bu veriler tablo haline getirilerek ekler bölümünde sunulmuştur. Bu minvalde Ek 1 olarak "1 Ocak-31 Aralık 1910 Ristovac-Zibefçe Yoluyla Transit Ticaret Dahil Sırbistan'dan Osmanlı'ya Yapılan İhracat", Ek 2 olarak "R.1326 M.1910-1911 Ristovac-Zibefçe Yoluyla Osmanlı'dan Sırbistan'a Yapılan İthalat", Ek 3 olarak "R.1327/M.1911-1912 Zibefçe Yoluyla Osmanlı'dan Sırbistan'a Yapılan İthalat" ve Ek 4 olarak da "1 Ocak-31 Aralık 1911 Zibefçe Yoluyla Sırbistan'dan Osmanlı'ya Yapılan İthalat" tabloları yer almaktadır.

5. Sonuç

[16] Albayrak, Gökçen Coşkun. (2012). *19. Yüzyılda Osmanlı Tunası'nda Ticaret.* Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Osmanlı Devleti ile Sırbistan arasındaki ticari ilişkilere dair bugüne kadar çok kısıtlı çalışmalar yapılmıştır. Oysa ki iki ülke arasındaki tarihi bağlar küçümsenmeyecek düzeydedir. Bugünkü Sırbistan topraklarının bir kısmı 1400'lerden itibaren Osmanlı Devleti'ne katılmışken Sırbistan başkenti Belgrad ancak 1521 yılında ele geçirilebilmişti. O tarihten itibaren de gerek Belgrad gerekse de bu çalışmamda ele aldığım Niş, Vranye gibi şehirler serhat şehri olma hüviyetini muhafaza etmişlerdir.

Bu şehirlerin ortak özellikleri bir kaç güzergahın kesiştiği nokta üzerinde olmalarıdır. Böyle bir çok yolun kesiştiği bölgeler dünyanın neresinde olursa olsun doğal bir ticaret merkezi konumuna gelmektedirler. Belgrad, Niş ve Vranye de böylece ticaret merkezi konumuna sahip oldukları için Sırbistan'ın 1878 yılında Osmanlı Devleti'nden bağımsızlığını kazanmasının ardından; Osmanlı Devleti büyük bir tecrübe ve esneklik ile bu şehirlere şehbenderler tayin etmiştir.

Bu çalışmada ele aldığım Niş Baş Şehbenderliği'ne ait iki ve Vranye Şehbenderliği'ne ait üç rapor sayesinde Sırbistan'ın söz konusu dönemdeki ekonomik yapısını, Osmanlı Devleti ile ticaretinde hakim olan unsurları, bu ticari ilişkinin gelişmesi noktasında yapılması gerekenleri, iki ülke arasında ticarete konu olan ürünlerin ticaret hacimlerini gösteren istatistiki verileri ve diğer bir çok bilgiyi görme imkanı buldum. Osmanlı alfabesinden transkripsiyon ile Türk alfabesine döktüğüm yazı ve sayıların bazı yanlışlıkları da gözlemlenmiştir.

1908 yılında Avusturya-Macaristan, Osmanlı'ya bağlı olan Bosna-Hersek'i tek taraflı olarak ilhak etmiştir. Buna çok sert tepki gösteren Sırbistan, Avusturya-Macaristan ile sınır hatlarındaki geçirgenliği minimum seviyeye indirmiştir. Bu sebepten Avusturya yolu ile yapmış olduğu ticaret de tamamen kesilmiş ve kendisini bir anda Avusturya-Macaristan ile ekonomi savaşının içinde bulmuştur. Bu ekonomi savaşında izlediği ana strateji, ihtiyaç duyduğu ürünleri ithal etmek yerine kendisinin üretmesidir.

Bu minvalde 1908-1911 döneminde bilhassa tarım üretimine ağırlık vermiştir. Tarımın yanı sıra sanayi üretimini de artırmak üzere yeni fabrikalar kurmaya çalışmıştır. Ayrıca Sırplar savaş halinin ve siyasi krizin verdiği heyecan ve motivasyon ile yüksek bir direnç göstererek fevkalade çalışmışlardır. Bu çalışkanlık sayesinde tarım başta olmak üzere bir çok alandaki üretim hacmi artış göstermiştir.

Artan üretim hacmiyle birlikte kimi ürünlerin ihracat miktarları da artarken kimi ürünler ise ilk defa ihraç edilebilir konuma gelmiştir. Mevcut ticaret yollarına alternatif olarak yeni demir yolları inşa edilmeye başlanmıştır. Bu demir yolları nakliye masrafını da düşürmekteydi. Diğer yandansa bu yolların yapımında ihtiyaç duyulan traversler sayesinde kereste sanayi, yine şimendiferlerin yakıt olarak ihtiyaç duyduğu kömür vesilesiyle de kömür ve diğer maden sanayileri gelişme göstermiştir.

Çalışmada yer alan iki bölgeyi kıyaslarsak Niş Şehbenderliği bölgesi daha çok kereste ve maden sanayisinde gelişme göstermiş, Vranye ise mütevazı dokuma ve kösele fabrikaları ile öne çıkmıştır. Öyle ki Vranye'deki fabrikalar Osmanlı'dan ham madde olarak keçi kılı ithal edip sonra bunları işleyerek hem geri Osmanlı'ya hem de Bosna taraflarına ihraç edebilmekteydi. Yine Vranye'deki kösele fabrikası Trabzon ve diğer bazı Anadolu vilayetlerindeki jandarmalar için çizme üretmek üzere siparişler almıştır.

Niş, Vranye ve Belgrad şehbender raporları topluca bize gösteriyor ki; Sırbistan ile Osmanlı Devleti arasındaki ticaretin ana kalemi hububattır. Niş ve Vranye'den hububatın yanı sıra çok sayıda canlı hayvan ticareti de yapılmaktadır. Ancak Osmanlı'ya sevkedilen hububat ve canlı hayvanın büyük kısmı aslında transit ticaret olarak Selanik limanından başka ülkelere gönderilmiştir. Bu transit ticaretin miktarını raporlardan tespit edemiyoruz. Fakat Selanik ve diğer Osmanlı gümrük kayıtları üzerinde yapılacak çalışmalar ile bu miktarlar tespit edilebilir.

Yine her üç bölge için Osmanlı'dan Sırbistan'a gönderilen ürünlerin en başında taze üzüm gelmektedir. Bu üzüm şarapçılıkta çok kullanılmaktadır. Osmanlı'dan şarap da ayrıca ithal edilmektedir. Yine öne çıkan ürünler arasında dokuma sanayisi için iplik, keçi kılı gibi hammaddeler; deri sanayisi için hayvan derileri, tütün ve bilhassa da kırmızı biber sayılabilir. Ayrıca şehbenderlerce en çok tavsiye edilen şeyler ise Osmanlı tüccarlarının çağdaş satış ve pazarlama usullerini benimseyerek bu ticaretin çok daha hızlı ve fazla gelişmesinin temin edilmesi noktasında toplanmıştır.

Sonuç olarak, yaptığım bu çalışma daha evvel incelenme şansı bulunmamış beş şehbender raporunu literatüre kazandırma, bu raporların içerdiği istatistiki verileri kullanılabilir forma sokma noktasında işlev görmüştür. Sırbistan ile Osmanlı Devleti arasındaki ticaretin nelerden etkilendiğini, bu ticarete zemin hazırlayan bölgesel değişimleri, genel siyasi buhranların ticari ilişkileri nasıl yönlendirdiğini görme imkanı da bulunmuştur.

Artık bugüne kadar yapılmış ve bundan sonra yapılacak yeni çalışmalarla gerek söz konusu bölgelerdeki ticaretin farklı dönemlerine ait nicel verileri, gerekse de Osmanlı gümrük kayıtlarından elde edilecek sayısal bilgileri bu çalışmadaki istatistiki veriler ile birleştirerek daha güvenilir bir veri seti elde etme ve bu veri seti sayesinde iki ülke arasındaki ticarete dair daha eksiksiz bir tabloya sahip olma imkanı olacaktır.

Ek 1

1 Ocak-31 Aralık 1910 Ristovac-Zibefçe Yoluyla Transit Ticaret Dahil Sırbistan'dan Osmanlı'ya Yapılan İhracat

Ürün	Kilogram	Frank
Buğday	10.720.491	3.342.115
Arpa	14.828.100	1.648.100
Mısır	20.707.710	2.376.550
Çavdar	1.749.200	196.000
Yulaf	1.390.000	126.000
Öküz, İnek, Tosun, Dana (adet)	34.764	7.422.240
Koç, Koyun ve Kuzu (adet)	39.456	378.050
Beygir ve Kısrak (adet)	2.930	298.970
Domuz (adet)	2.271	198.000
Keçi, Teke ve Yavruları (adet)	12.478	119.240
Kuru Fasulye	2.705.570	569.095
Buğday Unu	5.058.706	1.190.030
Mısır Unu	64.127	11.500
Kepek	332.870	32.300
Ceviz	96.469	18.700
Saman	327.870	26.100
Çimento	280.550	14.560
Kiremit	85.500	1.060
Tuğla	6.000	500
Maden Kömürü	150.020	2.861

Kenevir Tohumu	11.861	3.000
Kenevir İpliği	83.199	46.440
Kenevirden İp, Halat vs.	640.422	601.499
Bira	154.959	20.976
Maden Suyu	10.649	1.670
Tuzlanmış Et	720.545	607.000
Erimemiş Domuz Yağı	530.966	691.020
Jambon	28.624	31.500
Bir Tür Salami	290	300
Ufak Domuz Sucuğu	308	340
Sucuk	42.060	48.500
Pastırma	347	200
İşlenmiş Deri	15	300
Kurumuş Deri	20.753	5.000
Beyaz Peynir	1.355	1.110
Kaşkaval	43.345	48.850
Taze Peynir	55	80
Rugan Sade	50.198	45.975
Domuz Yağı	6.560	7.990
Ağaç Tekerlek	370	100
Ceviz Ağacı (adet)	40	1.000
Ceviz Ağacı Ürünleri (adet)	9.407	24.530
Ceviz Ağacından Direk (adet)	125	4.000
Kanepelik Tahta (m2)	451	27.900

Tahta Kanepe (adet)	169	5.700
Siyah Buğday Tanesi	120.000	4.500
Lahana	11.146	700
Anason	2.172	2.100
Sebze Fidanı ve Tohumu	312	300
Kayısı Çekirdeği	558	1.000
Pırasa Fidanı	2.000	140
Kuru Erik	125.205	33.850
Kitap	361	555
Taze Meyve	9.585	570
Kömür	2.700	748
Çamaşır Teknesi	647	1.000
Süpürge (adet)	11	5
Tavuk ve Horoz (adet)	4.719	3.170
Kaz (adet)	1.000	3.000
Hindi (adet)	4.420	6.100
Yün	282	400
Çuval	1.000	300
Bileği Taşı	87	50
Yapağı	8.920	10.000
Boynuz	163	50
Şarap	12.513	70.000
Sapan	15	540
Buğday Temizleme Makinesi	21	1.180
Salami (Domuz Sucuğu)	225.907	228.750

Kurutulmuş Et	3.130	4.870
Şayak	1.315	3.500
Urba	400	700
Kilim	86	200
Çivi	46.970	2.810
Rakı	125	70
Kireç	11.900	310
Demirden Makine	333	680
Çırpan Taşı	5.000	150
Nal Çivisi	5.400	9.250
Mutfak Makinesi	40	20
Aydınlatmalık Kömür	53	20
Bakır	500.000	340.500
İşlenmiş Bakır	9.800	10.000
Çeyiz Takımları	180	200
Kağıt	355	100
Topraktan Soba	1.526	200
Ağaçtan El Arabası	20	5
Deriden Çarık	95	100
Semer	300	200
Ayva	430	100
Şişe	68	100
Mezar Taşı (adet)	2	20
Elbise	469	1.005
Tavuk ve Piliç	753	200

Orak	40	200
Toplam		**20.941.469** (Raporda 20.942.609 yazmaktadır.)

Kaynak: Ticaret Layihaları 7. Cilt, R.1328/M.1912-1913, sy. 49-53.

Ek 2

R.1326/M.1910-1911 Ristovac-Zibefçe Yoluyla Osmanlı'dan Sırbistan'a Yapılan İthalat

Ürün	Kilogram	Frank
Keçi Kılı	26.813	39.795
Rastık Taşı	564	1.003
Balık	30.648	42.618
Sarımsak, Soğan ve Arpacık	20.950	8.625
Zeytinyağı	42.523	45.223
Renkli İpekler	955	40.727
Leblebi	4.615	2.932
Zeytin Tanesi	3.394	3.704
Nohut	3.547	1.256
Kuru Üzüm	10.059	7.278
Kırmızı Biber	150.376	102.503
Sabun ve Yeşil Sabun	5.217	3.770
Balmumu	1.313	4.221
Kirli Yapağı	154.165	118.842
Ham Pamuk	1.618	1.803
Şarap	64.738	18.734
Lokum	41.058	35.017
Nişasta	197	132
Kuru Fasulye	12.032	3.342
Tahin	4.756	6.047
Pamuk İpliği	252	558

Değirmen Taşı (adet)	398	26.393
Limon ve Portakal (adet)	71.905	4.138
Kalemkar (adet)	47.190	40.910
Bel Bıçağı (düzine)	28	371
Alaca İplik (top)	23.727	98.126
Hırdavat	456.656	278.521
Kara Biber	999	1.195
Don Yağı	37.798	34.647
Ham Pamuk	20.040	32.176
Kestane	3.365	841
Kahve	328	583
Pirinç	7.927	3.572
Hurma	6.278	2.020
Çöğen	552	129
Kına	117	210
Sahlep	329	3.027
Çivit Mazı	675	777
Kuru İncir	7.573	5.963
Konyak	900	1.533
Susam	31.200	8.313
Susam Yağı	3.003	331
Pamuk Yağı	3.197	3.369
Ceviz	11.572	3.292
Ararot	319	213
Tahin Helvası	38	42

Çam Sakızı	835	1.058
Keten İpliği	151	424
Ham Keçi Derisi	4.718	6.553
Ham Koyun Derisi	720	1.000
Çorap (çift)	125	1.667
Toplam		**1.049.524**

Kaynak: Ticaret Layihaları 7. Cilt, R.1328/M.1912-1913, sy. 54-56.

Ek 3

R.1327/M.1911-1912 Zibefçe Yoluyla Osmanlı'dan Sırbistan'a Yapılan İthalat

Ürün	Kilogram	Frank
Taza Şaraplık Üzüm	196.064	71.899
Siyah Kuru Üzüm	43.032	17.856
Buğday	2.603	327
Çavdar	110.568	6.202
Arpacık Soğanı	38.990	12.157
Pirinç	10.588	4.713
Susam	31.177	13.525
Kenevir Tohumu	50.320	9.062
Kabuklu Ceviz	20.000	6.909
Zeytin Tanesi	1.072	1.114
Hurma	4.231	2.166
Çam Fıstığı	765	619
Kahve	263	532
Sabun	5.632	4.222
Külçe Balmumu	1.989	4.897
Portakal ve Limon	5.781	1.501
Balık	17.063	22.983
Kirli Yapağı	106.836	92.815
Pamuk İpliği	15.901	32.456
Keten İpliği	2.228	10.895
Zeytinyağı	19.941	12.323
Susam Yağı	34	45

Tahin	3.511	3.933
Çöğen	194	46
Pamuk	83.901	91.383
Şarap	1.138.296	383.571
Dövülmüş Kırmızı Biber	192.785	134.352
Kanaviçe Çuval ve Sargı	38.843	24.232
Konyak	5.793	6.053
Rakı	56	50
Sebze Tohumu	760	1.940
Lokum	55.159	55.089
Leblebi	5.452	2.975
Renkli İpek	1.831	80.727
Alaca İplik	21.016	118.861
Yün Mamulatı	1.354	7.061
Ararot	650	361
Ham Deve Derisi	225	750
Pirinç Mamulatı	24	160
Av Derisi	21	252
Boynuz	10.000	556
Deve Derisi	890	2.180
İbrişim Püskül	3	80
Sahlep	102	496
Tuzlu Bağırsak	391	2.172
Sedef Mamulatı	9	235
Çam Sakızı	2.286	2.959

Lakerda	1.909	2.181
Katır Boncuğu	422	497
Şekerleme	168	185
Kestane	2.309	513
İpek Koza	80	1.031
Kuru Erik	9.968	3.323
Enfiye	3.045	33.833
Fındık	76	50
Demir Mamulatı	1.507	3.053
Rastık Taşı	421	914
Kalemkar	2.452	29.981
Peştemal	4	80
Yaprak Tütün	29.302	130.231
Değirmen Taşı	105.590	21.080
Nar Kabuğu	162	87
Bal	100	89
Üstübeç	94	104
Haffafiye	4	54
Keçi Kılı	15.558	38.365
Oğlak ve Kuzu Derisi	1.040	1.234
Nohut	1.105	420
Badem	186	413
Koyun ve Keçi Derisi	42.990	49.842
Don Yağı	286	254
Kuru Bamya	65	190

Nişasta	628	349
Yabancı Kitaplar	295	700
Serçe Mamulatı	8.916	14.285
Kösele	513	2.158
Bıçak	40	260
Taze Sebze	515	458
Kuru İncir	6.538	4.403
Çivit Mazı	1.596	1.863
Reçel	48	64
Domuz Kılı	341	2.273
Pamuk Dokuma	426	2.333
Harun (Keçi Boynuzu)	519	142
Pekmez	54	24
Cibre (Üzüm Posa ve Çekirdeği)	6.280	558
Ceviz Kütüğü (Metreküp)	37.522	4.009
Genel Toplam		**1.601.575** (Raporda 1.591.575 yazmaktadır)

Kaynak: Ticaret Layihaları 7. Cilt, R.1328/M.1912-1913, sy. 57-60.

Ek 4

1 Ocak-31 Aralık 1911 Zibefçe Yoluyla Sırbistan'dan Osmanlı'ya Yapılan İthalat

Ürün	Kilogram	Frank
Buğday	12.342.604	1.951.370
Arpa	2.082.380	208.600
Çavdar	241.150	49.400
Mısır Buğdayı	3.157.545	336.020
Siyah Buğday	106.000	5.500
Yulaf	61.130	20.500
Un	2.598.203	594.170
Urgan, İp	658.582	639.901
Çimento	501.650	28.440
Taş	586.059	7.980
Kenevir	25.484	16.050
Ot	639.819	55.310
Lahana	94.180	5.920
Dokuma	3.590	19.740
Domuz Yağı	8.270	10.560
Kurutulmuş Domuz Eti	257.145	252.600
Sade Yağ	14.809	15.648
Domuz Sucuğu	26.875	47.585
Domuz Pastırması	154	300
Kaşkaval Peyniri	10.349	9.540
Ceviz	.138*	4.300
Bira	72.149	12.900

Rakı	163	270
Kepek	30.000	2.400
İşlenmiş Bakır	86.310	29.500
İşlenmiş Demir	5.939	5.345
Saman	5.369	350
Kuzu Derisi	749	1.070
Kaytan	339	2.850
Maden Kömürü	60.000	1.665
Odun Kömürü	1.680	231
Tuğla	150	25
Matbaa Kağıdı	25	100
Demir	30.470	7.000
Maden Suyu	250	80
Ağaçtan Mamul Eşya	3.330	713
Eşya Sandığı	2.000	600
Semer	350	225
Orak	150	165
Ağaç Çatalı	28	20
Kireç	72.070	2.540
Dikiş Makinesi	110	300
Tıbbi Bitkiler	58	130
Sapan	1.530	925
Bileği Taşı	6.179	3.208
Frenk Kiremiti	258.208	7.650
Makine	10.000	8.000

Demir Ekser (çivi, mıh vs.)	558	505
Elek	30	30
Boynuz	174	50
Manifatura	49	250
Araba Tekerlek Yağı	792	280
Köylü Arabası	600	660
Reçel	58	100
Tohum	1.231	610
Züccaciye Eşyası	54	50
Toprak Boyası	43	60
Keçi Derisi	9.390	9.390
Yün Keçesi	26	80
Kuru Erik	71	35
Domuz Eti	605	400
Kitap	173	300
Sarımsak	896	140
Taze Armut	10.310	828
Anason	5.768	320
Kenevir Tohumu	100	50
Toprak Kaplar	8.493	2.400
Tavşan Derisi	8.110	8.000
Sığır Cinsi Hayvanlar	16.588	4.864.430
Hayvanat-ı Fersiyye (adet)	1.278	177.800
Hayvanat-ı Ganimiyye (adet)	34.137	399.057
Teke (adet)	8.145	116.000

Domuz (adet)	1.385	80.506
Merkep (adet)	16	940
Katır (adet)	1	260
Manda (adet)	1	500
Arı Kovanı (adet)	1	20
Kalbur Makinesi (adet)	6	760
Mısır Mengenesi (adet)	21	5.140
Üzüm Mengenesi (adet)	18	1.775
Ağaç Travers (adet)	373.852	27.520
Mısır Buğdayı El Makinesi (adet)	19	200
Genel Toplam		**12.618.032** (Raporda 10.067.242 yazmaktadır.)

Kaynak: Ticaret Layihaları 7. Cilt, R.1328/M.1912-1913, sy. 61-64.

* Raporda nokta yer almakta ancak noktadan önceki rakamlar gözükmemektedir.

6. Kaynakça

Devlet Arşivleri Başkanlığı Osmanlı Arşivi

BOA, Fon Kodu:BEO, Yer Kodu: 3532-264838.

BOA, Fon Kodu: BEO, Yer Kodu: 3557-266763.

BOA, Fon Kodu: BEO, Yer No: 3788-284049.

BOA, Fon Kodu: DH.İD, Yer No: 108-2/17.

BOA, Fon Kodu: HR.H., Yer Kodu: 310-71.

BOA, Fon Kodu: HR. SAİD, Yer Kodu: 19-17.

BOA, Fon Kodu: HR.SYS, Yer Kodu: 1505-17.

BOA, Fon Kodu: İ.HR., Yer Kodu: 419-7.

BOA, Fon Kodu: İ.HR., Yer No: 428-16.

BOA, Fon Kodu: İ.TAL., Yer Kodu: 441-75.

Kitap ve Diğer Eserler

Albayrak, Gökçen Coşkun. (2012). *19. Yüzyılda Osmanlı Tunası'nda Ticaret.* Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Arık, T. (2009). *20. Yüzyılın Başlarında Osmanlı Şehbenderlerinin Ticaret Raporları.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hacısalihoğlu, M. (2009). Sırbistan: Tarih. *TDV İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt.37, ss.121-126).

İnalcık, H. (1981). Osmanlı Pamuklu Pazarı, Hindistan ve İngiltere: Pazar Rekabetinde Emek Maliyetinin Rolü.

ODTÜ Gelişme Dergisi. Özel Sayı (1979-1980). 1-65.

Kiel, M. (2007). Niş. *TDV İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt.33, ss.147-149).

Kiel, M. (2016). İvranye. *TDV İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt.EK-1, ss.681-684).

Kurt, H. (2009). Sırbistan: Fizikî ve Beşerî Coğrafya. *TDV İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt.37, ss.120-121).

Özkaya, Y. (2020). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Dağlı İsyanları (1791-1808).* Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Ticaret Layihaları, R.1326/M.1910-1911, C.2.

Ticaret Layihaları, R.1327/M.1911-1912, C.4.

Ticaret Layihaları, R.1328/M.1912-1913, C.7.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

THE CONCEPT OF DARK TOURISM AND EXAMPLES OF DARK TOURISM IN TURKEY[17]

Kemal COŞKUN[18], Erdi EREN[3]

Abstract

Tourism has created various alternatives by branching in order to respond to different liking and demands in line with the needs of people. Among these alternative tourism types, there is a type of tourism called "Dark Tourism" in the international literature and "Hüzün Turizmi" or "Kara Turizm" in studies on Turkey. Dark tourism is a type of tourism that contains internal emotions such as pain, grief, sadness and fear. Regions and places where some sad events that took place in the past, regionally or globally affecting the society of the period and these effects can be seen today, constitute the subject of dark tourism. Many countries in the world have various heritages of dark tourism arising from their historical experiences and geographical features. Turkey has witnessed many events from past to present in terms of both its historical experiences and its geographical location. From this point of view, Turkey also hosts a large number of cultural heritages with similar characteristics in this study, regions and places that can be evaluated within the scope of dark tourism in Turkey were determined. The findings obtained from the study show that there are many destinations that are subject to dark tourism in Turkey. From past to present, Turkey's historical structure and geographical features have a great importance in terms of dark tourism. However, the awareness of both the concept of dark tourism and the destinations that are subject to this type of tourism is weak. In addition, it is aimed to contribute to tourism activities by guiding domestic and foreign tourists who will visit these destinations.

Keywords: Tourism, Turkey, Grief Tourism, Dark Tourism

INTRODUCTION

Tourism activity is defined as an activity that each individual takes place from to get away from the current working or educational environment and to rest physically or mentally. Of course, all working and educational environments are not the same. Different regions,

[17] Tam metin yazımı yazar etki oranı: 1.yazar: %50, 2. yazar: %50.

[18] Öğr. Gör., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, kemal.coskun@ahep.edu.tr, Orcid: 0000-0003-2631-7543.

[3] Arş. Gör., Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, erdi.eren@ahep.edu.tr, Orcid: 0000-0001-7677-8810.

different climates and different groups cause existing standards to differ from each other. In this direction, the liking and demands of individuals differ. From the perspective of tourism, the expectations of individuals are not the same. While an individual living in a tropical climate region tends to prefer winter tourism; on the contrary, an individual living in a cold climate region tends to prefer summer tourism. This or such a situation has helped the emergence of various tourism alternatives and the increase in tourism opportunities.

One of the most striking tourism alternatives among various tourism operations, dark tourism is a type of tourism that has increased in popularity recently. It contains internal emotions such as pain, grief, sadness, fear. Regions and places where unfortunate and sad events such as war, death, natural disaster and accident have occurred leave permanent and deep traces to their visitors both with their historical features and with their special atmosphere.

Strange and Kempa (2003) discussed the concept of "dark tourism" in the international literature. According to the study, dark tourism is synonymous with "thanator" which means death in Ancient Greek. Also, in studies this concept has been used as negative sightseeing by MacCannell (1989), black spots tourism by Rojek (1993), thanatourism by Sheaton (1996), tragic tourism by Lippard (1999), tragic tourism by O'Neill (2002) and grief by Trotta (2006). Alaeddinoğlu & Aliağaoğlu (2007) stated in their study that the concept of dark tourism means the use of sad events that occurred in the recent or distant past for tourism and it was first introduced in the academic study of Lennon & Foley (1996). Yıldız, Yıldız & Aytemiz (2015) in their studies divide the destinations that are the subject of dark tourism into two groups as attraction centers formed as a result of natural events and as a result of human intervention. According to this classification, dark tourism related to death and pain which takes place completely as a result of natural events without human intervention is called "naturally caused dark tourism". The other one is defined as death, pain, violence and fear which is caused by human intentionally or accidentally is called “human-induced dark tourism”. Aksakallı, Selçuk & Işık (2017) defined dark tourism as an alternative type of tourism that results in the sanctuary of battlefields and emphasizes the phenomenon of grief. Birdir et al. (2015) stated in their study that there are different definitions for dark tourism in the domestic and foreign literature and that the starting point of these differences may be the difference in the emotions felt. According to the study, the destination to be visited may evoke deep sadness for one tourist, while it may evoke feelings such as pride or hatred for another tourist. Therefore, the key at this point is that a dark event took place in the historical, social, political or environmental context in the visited area in the past.

In this study, by examining the destinations that can be evaluated within the scope of dark tourism, guiding domestic and foreign tourists who will visit these regions and places, raising awareness for the concept of dark tourism and the regions and places that are the subject of dark tourism, contributing to the regional and national economy, increasing intercultural interaction, providing different opportunities for visitors. It is aimed to contribute to the point of presenting experiences and bringing an up-to-date study to the literature. In addition, while the concept of dark tourism is not very well known yet, it becomes difficult for the tourists who will visit the destinations evaluated within the scope of dark tourism to act consciously. The importance of this study is to introduce the concept of dark tourism and the regions and places evaluated within this framework, to raise awareness on this subject, to instill historical awareness, to promote the region and country, to increase cultural exchange and to contribute to tourism activities.

METHOD

The study is based on a literature review. Since the essence of the study is a literature review, the Domestic and foreign papers, domestic and foreign articles and official web addresses have been examined. When the studies on dark tourism covering the destinations subject to this type of tourism are examined a period of 20-30 years stands out. The history of studies on regions and places in Turkey is especially in the last 10 years. As can be seen in Table 1 and Table 2, the most prominent among these studies are the ones listed below. In this study, an evaluation was made on the sources below, and common and divergent points were tried to be extracted.

Table 1. International Studies

Year	Authors	Articles
1996	Foley, M. & Lennon, J. J.	JFK And Dark Tourism: A Fascination with Assassination
2003	Strange, C. & Kempa, M.	Shades Of Dark Tourism Alcatraz and Robben Island.
2005	Stone	Dark Tourism – An Old Concept in A New World
2011	Dale & Robinson	Dark Tourism
2011	Fonseca, Seabra & Silva	Dark Tourism: Concepts, Typologies and Sites

Table 2. Studies on Turkey

Year	Authors	Articles
2015	Birdir et al.	Dark Tourism: The Experiences of Foreign Tourists Visiting the Gallipoli Peninsula Historical National Park
2015	Yıldız, Yıldız & Aytemiz	Dark Tourism, Terror Tourism and Its Potential in Turkey
2017	Çelik	Dark Tourism Rewiev
2017	Alili	A Theoretical Study on The Comparison of Dark Tourism Destinations in Europe and Turkey
2020	Aliağaoğlu & Çiltepe	The Place Where Coal and Death Meet: Soma Mine Disasters in Terms of Grief Tourism

FINDINGS

There are many important international and local studies on dark tourism. Especially in recent years, the number of studies on this subject has increased. In this part of the study, the findings obtained in the international and local studies that stand out in the literature review are included.

Foley & Lennon (1996) dealt with the documents about the life and death of former US President John F. Kennedy within the scope of dark tourism. As a result of the study, they stated that the media has an important role at this point and in the same direction, facts such as news and movies play a central role. Strange & Kempa (2003) stated in their study that transforming old prisons into museums or heritage sites helped to create popular tourism activities. In this context, they discussed the Alcatraz Prison in the USA in the light of documents, on-site observations, tourist surveys and interviews with the staff working at the museum. According to the findings, the share of movies and documentaries is great among the reasons why this destination is becoming more popular day by day. Stone (2005) deals with the concept of dark tourism in his study. In the study, he states that this concept is now characterized as a touristic travel act, especially in contemporary societies. Dale & Robinson (2011) also discusses the concept of dark tourism in their studies. They stated that this interest in dark tourism will continue to grow in the future both for research areas and for the activities of visitors who will visit these destinations. Fonseca, Seabra & Silva (2011) included the concept of dark tourism and its importance for the country's

economy in their studies. As a result of their literature review, they concluded that the concept of dark tourism is not a new concept, but has come to the fore especially in recent years. They also stated that dark tourism is very important for the economy and image of a country.

Birdir et al. (2015) discussed the Gallipoli Peninsula Historical National Park, which is also called an open-air war museum in Çanakkale within the scope of dark tourism. They have received opinions from 39 foreign tourists who visited the Gallipoli Peninsula Historical National Park. According to the findings, the Gallipoli Peninsula Historical National Park is perceived as a well-preserved, educational dark tourism destination that reflects the spirit of the 1915s very well. However, some deficiencies and problems related to some infrastructure and superstructure were underlined. Yıldız, Yıldız & Aytemiz (2015) in their study Eastern and Southeastern Anatolia regions were discussed as land tourism potential in Turkey. They stated that bringing the destinations in the region to tourism within the scope of dark tourism can be considered as an important opportunity at the national and international level in terms of both the country and the regional economy. In this way, they stated that it is a serious opportunity in terms of re-establishing social ties. Çelik (2017) stated in his study that the academic studies of dark tourism, which started in the last ten years, generally deal with destination marketing, but that death should be examined not only in terms of tourism, but also in culture and social. In this direction, he stated that in the regions of dark tourism, the sensitivities of the local people living in the region and affected by the pain should be taken into account, because the feelings of the people living in that region and the tourists who will visit the region are different. This situation causes the concept of dark tourism to be a difficult subject both in terms of application and study. Alili (2017) discussed the concept of dark tourism in his study and defined it as a new alternative tourism type that is increasing in popularity day by day. It has identified dark tourism destinations in Europe and Turkey and aimed to raise awareness so that Turkey can become an important dark tourism destination in the world. He stated that by making the necessary investments in the dark tourism destinations that Turkey has, it may be important to provide more income to the country's economy in this area. Aliağaoğlu & Çiltepe (2020) have researched the Soma Mining Accident region within the scope of dark tourism in their study. In the study, they included the statements and newspaper headlines of the survivors of the accident through field studies. According to the findings, the Soma Mining District is an area with a high potential for dark tourism.

The destinations that are frequently the subject international and local dark tourism are as follows:

International:

- Chernobyl (The Chernobyl Disaster is a nuclear accident that took place in the Ukrainian Soviet Socialist Republic of the Soviet Union on April 26, 1986)
- Auschwitz (It is the largest concentration, forced labor, systematic massacre and extermination camp established during Second World War by Nazi Germany)
- JFK Association (This is an assassination case. The assassination of John Kennedy, the thirty-fifth president of the United States in Dallas on November 22, 1963)
- Hiroshima (It is the first city in the history of the world to suffer a nuclear attack)
- Alcatraz Prison (Alcatraz Island is an island that was used as a prison between 1861 and 1963. Alcatraz Island is one of the most famous prisons in the world)

In Turkey:

- Gelibolu (It is the region where sea and land wars took place on the Gallipoli Peninsula between 1915-1916 between the Ottoman Empire and the Allied Powers during the First World War)
- Sinop Prison (It is known as "Anatolia's Alcatraz" in Turkey. It is a prison that was closed in 1999. It was converted into a museum in 2000)
- Ulucanlar Prison (It is a prison operating in the Ulucanlar district of Ankara between 1925-2006. It was converted into a museum in 2010)
- 17 August Earthquake Museum (It is the museum where the traces of the 17 August 1999 Gölcük Earthquake or the Marmara Earthquake, which caused great loss of life and property with 7.4, occurred at 03:02 local time)
- Soma Mine Cemetery (The Soma Disaster is a mining accident that resulted in the death of 301 miners on May 13, 2014 in the Soma district of Manisa)

Dark tourism occurs on estinations where sad events such as war, death, natural disasters and as a result of these events, it contains internal feelings such as pain, grief, sadness and fear. As a result of the examinations, it is clear that all countries have rich cultural heritages as a result of historical experiences and geographical location. The differences between them are the years and regions where the events took place. An event that took place may mean pain and sorrow for one society, while it may mean pride for another society.

DISCUSSION, CONCLUSION AND SUGGESTIONS

We all sometimes want to get away from work or working environment for a while, as we want to rest physically and mentally. For this, we need tourism activity. But of course,

our liking and demands are different. Because our working and educational environments are different. Also, we live in different regions and different climates. This situation has led to the emergence of various tourism alternatives. Among these tourism alternatives, there is a type of tourism called dark tourism. It includes internal emotions such as pain, grief, sadness, fear. Regions and places where sad events such as war, death, natural disaster, accident occurred are examples of this. They have special atmospheres. In this study, dark tourism which is among these alternative tourism types, has been examined.

As a result of the studies examined in line with the literature study, it has been determined that Turkey has a good dark tourism potential. This is a situation that has emerged as a result of many historical, political and natural disasters. However, it has been determined that dark tourism, which is developing at the international level, still does not have enough awareness and remains below its potential. Especially in Turkey, the regional places that are subject to dark tourism have been limited to tourism destinations as a result of social and political events. In addition, deficiencies in the promotion of existing regions and places make it difficult to understand and be aware of the subject of dark tourism.

Actually, a good dark tourism potential has been identified in Turkey. However, it has been concluded that there is still not enough awareness. The lack of advertising causes this type of tourism not to be recognized enough. In this point, to strengthen advertising activities and to support projects and studies in this field might be important in order to create an awareness about dark tourism and deliver and improve the purposes of this study which is mentioned in introduction part.

REFERENCES

Aksakallı, Z., Selçuk, G. N. & Işık, C. (2017). An Evaluatıon with Nene Hatun National Historical Park in Terms of Dark Tourism and Site Sacralization. *Erzincan University Journal of Social Sciences Institute*, 215-240.

Alaeddinoğlu, F. & Aliağaoğlu, A. (2007). A Typical Example to Battlefield Tourism: Grand Attack and Head Commander Historical National Park. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18*(2): 215-225.

Aliağaoğlu, A. A., & Çiltepe, F. (2020). The Place Where Coal and Death Meet: Soma Mine Disasters in Terms of Grief Tourism. *The Journal of Graduate School of Social Sciences, 24*, 131-150.

Alili, M. (2017). A Theoretical Study on The Comparison of Dark Tourism Destinations in Europe and Turkey. *International Journal of Global Tourism Research, 1*(1), 37-50.

Birdir, K., Dalgıç, A., Güler, O. & Kayaalp, Y. (2015). Dark Tourism: The Experiences of Foreign Tourists Visiting the Gallipoli Peninsula Historical National Park. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3*(4), 12-23.

Çelik, A. (2017). Dark Tourism Review. *Journal of Turkish Tourism Research, 1*(3), 41-55.

Dale, C. & Robinson, N. (2011). Dark Tourism. *Research Themes for Tourism*, 205-217.

Foley, M. ve Lennon, J. J. (1996). JFK and Dark Tourism: A Fascination with Assassination, *International Journal of Heritage Studies, 2*(4): 198-211.

Fonseca, A. P., Seabra, C. & Silva, C. (2015). Dark Tourism: Concepts, Typologies and Sites. *Journal of Tourism Research & Hospitality*.

Stone, P. (2005). Dark Tourism-An Old Concept in a New World. *Tourism Magazine*, (125).

Strange, C. & Kempa, M. (2003). Shades of Dark Tourism Alcatraz and Robben Island. *Annals of Tourism Research, 30*(2), 386–405.

Yıldız, Z., Yıldız, S. & Aytemiz, L. (2015). Dark Tourism, Terror Tourism and Its Potential in Turkey. *Journal of The Human & Social Science Researches, 4*(2), 390-407.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

KURR'ÂN'IN OKUNMA KEYFİYETİ VE MÛSİKÎ İLE İRTİBATI

İshak KIZILASLAN•

Özet

İslam inancına göre melek, insan veya bir başka yaratılmış varlığın değil Allah'ın bizzat kendi kelâmı olarak kabul edilen Kur'an-ı Kerîm, âyetlerini oluşturan söz dizimi, kelime ve cümle yapısı ile de eşsiz bir durumu arz etmektedir. Her ne kadar Kur'an kendisi bir şiir olarak kabul edilmeyi reddetmiş olsa da yine de bir ses düzeni içerisinde makamla okunacak şekilde bir secîli yapıya sahiptir. Bundan dolayı, okunuşunda tecvîd kâideleri olarak bilinen şeklî şartlarının yanında okunuşunun ruha işlemesi anlamında bir ses ve makam içerisinde icrâ edilmeyi de önemsemektedir. Bizzat Kur'an'da buna dair emir veya yasak bulunmamakla beraber Hz. Peygamber, hem kendi kıraatinde hem de sahabenin okuyuşunda buna çok dikkat etmiş ve ashabını ve tüm Müslümanları sesleri ile Kur'an tilâvetini tezyin etmeye davet etmiştir. Kur'an tilâvetinde sesin okuyuşu tatlılaştırmak ve hem okuyana hem de dinleyene okunan kelâmın zevkini tattıracak bir hususiyete sahip kılmak önem verilen konulardan biridir. Bunun önemini tarih boyunca Kur'an tilavetinin Müslüman toplulukların kültürel hayatında tuttuğu yere bakarak da anlamak mümkündür. Bu çalışma işte bu önemli konunun şer'î ve tarihi arka planına bir şekilde ışık tutmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kur'an-ı Kerîm, Kıraat, Tecvîd, Mûsikî, Makamât.

THE QUALİTY OF RECITATION OF THE QUR'AN AND ITS RELATIONSHIP WİTH MUSIC

Abstract

According to Islamic belief, the Qur'an, which is accepted as the word of God himself, presents a unique situation with its syntax and word and sentence structure that make up the verses of the Qur'an. Although the Qur'an itself refused to be accepted as a poem, it still has a proper structure to be read in maqam in a sound order. Therefore, in addition to the formal conditions known as tajwîd rules, it also cares about being performed in a voice and mode, in the sense that the pronunciation penetrates the soul. Although there is no command or prohibition regarding this in the Qur'an itself, The Prophet paid great attention to this both in his own recitation and in the recitation of his companions, and

• Öğr. Gör. Dr., Marmara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Kur'ân-ı Kerîm Okuma ve Kıraat Anabilim Dalı.

invited his companions and all Muslims to adorn the recitation of the Qur'an with their voices. The arrangement of the words of the Qur'an occurs in such a harmony that if even a word is omitted during the recitation of a verse, this will lead to a deficiency. In the recitation of the Qur'an, it is one of the issues that are given importance to sweeten the recitation of the voice and to make it have a characteristic that will make both the reader and the listener taste the pleasure of the spoken word. Islamic scholars also attached great importance to this issue and encouraged it.

Keywords: Qur'an, Qiraat, Tajwîd, Music, Melodies.

Giriş

Kur'an kelimelerinin dizilişi öyle bir âhenk içerisinde vuku bulmaktadır ki bir âyetin kıraati esnasında şayet bir kelime bile okunuşta atlanacak olsa bu bir eksikliğe yol açacaktır.[19] Kur'an'ı doğru ve güzel bir şekilde okumak için Arapçanın dil inceliklerini bilme mecburiyeti yoktur. Okunan âyetlerin anlamlarını bilmek de doğru bir kıraatin olmazsa olmaz şartlarından değildir. Arapçayı çok iyi bilen ve fakat Kur'an tilâveti hiç de düzgün olmayan birine rastlamak pekâlâ mümkündür. Aynı şekilde tecvîd kurallarını çok iyi bilip uygulamasına rağmen ses ve makam birlikteliği sağlamak suretiyle tahsîn ve tezyin-i Kur'an özelliklerine sahip olamadığı için kıraati orta düzeyde kalıp tam ehil bir Kur'an kârîsi seviyesine çıkamayanlar da vardır.[20] Bu değerlendirmelere muhâlif gibi görünebilecek başka yaklaşımlara bakıldığında ise İslam tilâvet geleneğinde Kur'an kıraatini "melodi" bakımından standart bir sisteme oturtmak mümkün değildir. Bu yaklaşım sahiplerine göre Allah'ın sözü olarak okunan bir kelâmı beşerin kurduğu bir teknik değerlendirmeye tâbî tutmak uygun olmayacağı için kıraati melodik bir sâbiteye tabi kılmak da doğru değildir. Aynı zamanda Hz. Peygamber ve sahabenin Kur'an okurken hangi ses ve makama uygun gelecek bir şekilde tilavette bulunduklarına dair kesin bir şey söylemek de mümkün değildir.[21]

1. Ulemânın Konuya Yaklaşım Şekli

Birçok İslam uleması bu konuya çok önem vermişler ve teşvik etmişlerdir. Yazdığı tefsirinin mukaddimesinde Tabersî, "Kur'ân okuyana telaffuzu güzelleştirmek ve Kur'ân kıraati ile sesini tezyin etmek hususunda müstehab olan şeyin zikrine dair" başlığı altında

[19] Benzer bir değerlendirme için bk. Muhammed Hamidullah, *Kur'ân-ı Kerîm Tarihi*, çev. Salih Tuğ (İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 1993), 22.
[20] Böyle bir yaklaşımın oryantalistlerin de ilgisini çektiğine dair bk. Frederick Mathewson Denny,"Qur'ān Recitation: A Tradition of Oral Performance and Transmission", *Oral Tradition*, C.4/1-2, Columbia: University of Missouri, 1989, 14-15.
[21] Böyle bir yaklaşım için bk. Gade, Anna M., "Recitation of The Qur'ān", ed. Jane Dammen McAuliffe, *Encyclopaedia of The Qur'ān*, IV, (Leiden-Boston: Brill, 2004), 380-381.

birçok hadis-i şerîf zikrederek söz konusu mevzuya verilen önemi ortaya koymuştur. Bu meyanda müfessir konunun meşruluğuna dair en bilinen delillerden olan (زينوا القرأن باصوابكم "Kur'ân'ı seslerinizle güzelleştirin") hadîs-i şerifini zikrederek konuyu açmakta ve birçok başka hadislerle Kur'ân kıraatinin sıradan bir okuma veya teğannî şekli olmaktan uzaklığını beyan etmektedir.[22]

Klasik dönemden itibaren tecvîd ve kıraat âlimlerinin net bir şekilde üzerinde birleştikleri husus; Kur'an tilâvetinde vazgeçilmez ve asla değiştirilemez olanın mahreçleri ve sıfatları ile Kur'an harflerinin doğru telaffuzu ve tecvîd kâidelerine uygun bir okuyuştur. Bu mecburi kuralların yanında, *tahsîn* veya tezyin-i tilâvet olarak isimlendirilen sesin kullanılması ve eğitimle edinilecek kabiliyet sonucu makam uygulaması ile kıraatini daha lezzetli hale getirmesi ikincil hedeftir.[23] Çağdaş ulemâ arasında ses ve mûsikî ile Kur'an okuyuşunu güzelleştirmeyi bizzat İslam'ın emrettiği iddiasında olanlar da vardır.[24]

2. Kur'an'ı Ses ile Tezyîn Etmenin Etkisi

Arapçanın Kur'an'ın nüzûlü ile kemâle erdiği ve aslî hüviyetini aldığı müsellem bir hakîkattir. Dolayısıyla hem Arapçanın fesâhat ve belâğatini ortaya koyması hem de âhenkli bir okuyuş ile tatlı ve çekici hale gelmiş bir Kur'an tilâveti, sadece Müslümanları değil bu okuyuşu dinleyen ve Müslüman olmayan kimseleri de etkilemektedir.[25] Kur'an okumanın etkisinin bir Müslüman üzerinde görünür olması erken zamanlardan itibaren özellikle sûfîlerin eserlerinde yer verdikleri önemli hususlardan olmuşlardır.[26] Bu minvalde İmam Gazzâlî (ö. 505/1111), Kur'an tilâvetinin merkezde yer aldığı ibâdetlerin doğru bir şekilde yerine getirildiğinde hem zâhirî hem de bâtınî tezkiyeye yol açtığını belirtmektedir. Dolayısıyla ona göre Kur'an tilâveti, insan-ı kâmil olma yolunda çok büyük adımlardandır.[27] İmam Gazzâlî'nin bu eserine de atıfta bulunarak konuyu ele aldığı

[22] Ebû Ali el-Fadl b. el-Hasen et-Tabersî, *Mecma'u'l-beyân fî tefsîri'l-Kur'ân* (Beyrut: Dâru'l-'ulûm, 1426/2005), 1/16-17.

[23] Kur'an tilavetinde hüsn-i edâ adı verilen bu özellikler ve fâsıla-mûsikî ilişkisine dair bk. Abdullah Emin Çimen, "Kur'anda Ritmik Yapı: Fasıla ve Üslûp Açısından Bir Deneme", *Dini Araştırmalar*, 9/27, (Ankara: Ankara İlahiyat Fakültesi Yay., 2007), 202-207; ayrıca bk. Alican Dağdeviren, "Kur'an'ın Fonetik İcazı", *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 20*, (Sakarya: 2009/2), 70.

[24] İsmail Karaçam, *Kur'ân Tilâvetinin Esasları*, (İstanbul: İFAV, 2018), 401.

[25] Buna dair bir değerlendirme için bk. Ömer Halil Hasan, "Kur'ân-ı Kerîm Öğretimi", çev. Yusuf Alemdar, *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 8/1*, (Sivas 2004), 267-268.

[26] İlk dönemden gelen ve İslâmî hayatın âhiret temelli olarak kurulduğu, insanın Allah ve cehennem korkusu, günahları ve hataları, cennet arzusu gibi nedenlerle sürekli bir mahzun halde olması gerektiğine dair önemli bir inceleme için bk. Ebû Bekr Abdullah b. Muhammed İbn Ebü'd-Dünyâ, *er-Rikka ve'l-bükâ'*, thk. Muhammed Hayr Ramazan Yusuf, (Beyrut: Dâru İbn Hazm, 1419/1998), 81.

[27] Ebû Hâmid el-Gazzâlî, *Kitâbü'l-Erbe'în fî Usûli'd-Dîn*, tsh. ve thr. Abdullah Abdülhamîd 'İrvânî, (Dimeşk: Dâru'l-Kalem, 1424/2003), 43-104.

yerde Mâlikî fakîhi İbnü'l-Hâc (ö. 737/1336), "niyyet" ve "amel"in bir ibâdetin tamamının şartlarından olduğunu belirtmektedir.[28] Dolayısıyla Kur'an tilâvetinin etkisi hem zâhirî hem de bâtınî şartlarına yerine getirmeye bağlı olarak değişmektedir. Zâhirî şartlar arasına ses ve makamın yerleştirilmesi küçümsenecek bir konu olmayıp, bâtınî alaka ile de bir irtibatın kapısını aralayacak denli önemli bir konudur.

Bu konunun İslâmî hayatın oluşumu ve gelişimine dair incelemelerinde oryantalistlerin ilgisini celbettiği de görülmektedir. Oryantalistler, İslami hayatın oluşturucu umdeleri ve ferdî ve ictimâî ibadet şekillerinin nerede ise tamamının Kur'an ve Kur'an tilâveti ile irtibatlı olduğunu özellikle belirtirler. Buna göre Kur'an, bir bebeğin dünyaya gelmesinde kulağına ezan ve Kur'an okunmasından tutulsun bereketlenmek için besmele çekilmesine ve yine belalardan korunmak için Kur'an'ın insana okunması ve hatta sayfalarının üzerine sürülmesine varıncaya kadar gündelik hayatın en ince noktalarına kadar sirayet etmiş bir şekilde İslami hayatın merkezinde yer almaktadır.

Kaynakça

Çimen, Abdullah Emin. "Kur'anda Ritmik Yapı: Fasıla ve Üslûp Açısından Bir Deneme". *Dini Araştırmalar* 9/27.

Dağdeviren, Alican. "Kur'an'ın Fonetik İcazı". *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 20*. Sakarya: 2009/2.

Denny, Frederick Mathewson. "Qur'ān Recitation: A Tradition of Oral Performance and Transmission". *Oral Tradition* 4/1-2. Columbia: University of Missouri, 1989.

Gade, Anna M. "Recitation of The Qur'ān". *Encyclopaedia of The Qur'ān* 4. ed. Jane Dammen McAuliffe. Leiden-Boston: Brill, 2004.

Gazzâlî, Ebû Hâmid. *Kitâbü'l-Erbe'în fî Usûli'd-Dîn*. tsh. ve thr. Abdullah Abdülhamîd 'İrvânî. Dimeşk: Dâru'l-Kalem, 1424/2003.

Hasan, Ömer Halil. "Kur'ân-ı Kerîm Öğretimi". çev. Yusuf Alemdar, *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 8/1*. Sivas, 2004.

Hegghammer, Thomas. "Weeping in Modern Jihadi Groups". *Journal of Islamic Studies 31: 3*. Oxford: Oxford University Press, 2020.

İbn Ebü'd-Dünyâ, Ebû Bekr Abdullah b. Muhammed. *er-Rikka ve'l-bükâ'*. thk. Muhammed Hayr Ramazan Yusuf. Beyrut: Dâru İbn Hazm, 1419/1998.

[28] İbnü'l-Hâc'ın bu değerlendirmesi için bk. Ebû Abdillâh Muhammed b. Muhammed İbnü'l-Hâc, *el-Medhal*, (Kâhire: Mektebetü Dârü't-Türâs), I, 12. Burada İmam Gazzâlî'den iktibas ettikten sonra kendisi niyyet'in ibâdetin iki parçasından biri ve fakat daha hayırlı olan cüz'ü olduğunu belirtir.

İbnü'l-Hâc, Ebû Abdillâh Muhammed b. Muhammed. *el-Medhal 1*. Kâhire: Mektebetü Dârü't-Türâs.

Karaçam, İsmail. *Kur'ân Tilâvetinin Esasları*. İstanbul: İFAV, 2018.

Muhammed Hamidullah, Muhammed. *Kur'ân-ı Kerîm Tarihi*. çev. Salih Tuğ. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 1993.

Mulder, D.C. "The ritual of recitation of the Qur'an", *Nederlands Theologisch Tijdschrift 37*. Amsterdam: 1983.

Tabersî, Ebû Ali el-Fadl b. el-Hasen. *Mecma'u'l-beyân fî tefsîri'l-Kur'ân 1.* Beyrut: Dâru'l-'ulûm, 1426/2005. Ankara: Ankara İlahiyat Fakültesi Yay., 2007, 202-207.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

PSYCHOLOGY OF TURKISH HIGHER EDUCATION STUDENTS IN THE AGE OF COVID-19

Ömer Gökhan ULUM[29]

Abstract

Happiness is the state of well-being, pleasure, or contentment. It is an emotional situation interpreted by feelings of enjoyment, fulfillment, comfort, or ease. Depression, on the other hand, is a mental illness comprised of an insistent feeling of grief and loss of enthusiasm. It is certainly not the mental inconstancies that humans commonly encounter as part of their life. Common life situations in which, for instance, one loses a job or fails a test can cause depression. Everybody encounters both positive and negative feelings in life, and happiness is usually related to being exposed to more positive emotions than the negative ones. In her 2007 book — *The How of Happiness*, the positive psychology scholar Sonja Lyubomirsky clarifies, interpreting happiness as "the experience of joy, contentment, or positive well-being, combined with a sense that one's life is good, meaningful, and worthwhile." So, how happy are Turkish higher education students in the age of Covid-19 pandemic? Based on a quantitative research design, this study inquired the happiness and depression states of pre-service EFL teachers (N= 102) by the help of a scale developed by McGreal & Joseph (1993). The results of the study represented a negative aptitude caused by the pandemic (Covid-19). Related implications were provided to rehabilitate the moods of young adults.

Keywords: happiness, depression, psychology, Covid-19, pandemics, pre-service EFL teachers.

Introduction

Happiness is an inner psychological status featured by such emotions as enjoyment, fulfillment, pleasure, and realization (Davis, 1981). Although happiness owns various interpretations, it is generally defined as including positive feelings and life contentment (Oishi, Graham, Kesebir, & Galinha, 2013). It is commonly associated with encountering more affirmative emotions rather than negative ones (Martin, 2007). Happiness is a cognitive or spiritual condition of prosperity interpreted by positive emotions varying from blessedness to enjoyment (Veenhoven, 1984). Happy inner worlds may also mirror the

[29] Assoc. Prof. Dr., Education Faculty, English Language Teaching Departments, omergokhanulum@gmail.com, Orcid: 0000-0001-7685-6356

behaviors and attitudes towards life (Veenhoven, 2017). Sheldon and Lyubomirsky (2007) define happiness as feeling entertained, pleased, prosperity, satisfaction, or well-being through the aura of thinking life is well, sententious, and promising. Happiness is simply the emotion of contentment and positivity by means of which people feel content, pleased, well, dignified, inspired, eased in mind, or gratified. Further, happiness is generally seen as the counter state of sorrow (Feldman, 2008). The happy individuals conceive happiness as an option and they consciously select it in their daily life (Mogilner, Aaker, & Kamvar, 2012). Those who are happy are not easily hypnotized by negative situations and they do not search for happiness in the wrong place or in the wrong people (Ashkanasy, 2011).

Fully experiencing it still requires a conscious decision to choose happiness each day.

Further, depression is a stable sentiment of unhappiness and deficit of enthusiasm, which blocks people from even daily chores (Nierenberg & Amsterdam, 1990). Various depression types are observed with indicia both trivial and intense (Angst & Dobler-Mikola, 1984). Commonly, depression does not arise from a sole incident, but from various constituents (Lichtenberg, 1957). The chief sources of depression are maltreatment, sexual abuse, and being exposed to violence. Such sources can cause people to be more vulnerable (Paykel, 2008). Depression is a recurrent cognitive problem indicted by desolation, despair, loss of enthusiasm, feeling guilty, distrust, insomnia, weak concentration, and fatigue (Lorr, Sonn, & Katz, 1967). Depression is a mental sickness which results in a stable grief and decrease in interest (Akiskal, 1985). Depression influences how we perceive, behave, think, and feel, and it causes different problems (Scott, 1988). Depression may be developed by several factors such as chemicals, genetics, and life circumstances (Benazzi, 2006). The persistent stressing life conditions can enhance the potential of forming depression if we cannot struggle against it properly (Penninx et al., 1999). Besides, a growing number of verification is observed as to the relation of depression with weak coping and physical sickness (Simons, Angell, Monroe, & Thase, 1993). Depression is a severe cognitive disorder which may devastate the life of people. Further, it may result in intense feelings of melancholy, grief, and loss of enthusiasm in the cycle of daily life, as well as causing aches in body, appetite shifts, and insomnia (Pratt, 2014). The inflow of steroid hormone activated by stress also results in the hippocampus to expand, and once it gets bigger and more dynamic, it leads to sleep disorders, shifts in the number of activities, and distortions in other hormones (Fava & Davidson, 1996).

Moreover, psychology is described as the discipline which refers to cognitive and emotional practices (Hilgard, 1980). Psychology is the synopsis of an individual's characteristics containing how they conceive, act, and feel (Birren, J. E. & Birren, B. A. 1990). The actions of youngsters, for instance, may be given as an example of psychology (Ivey,

1979). Psychology is the study of intellect and human behaviors and it is touched by biological effects, societal oppressions, and environmental determinants that have an impact on how humans presume, behave, and feel (Pawelski, 2016). Covid-19 outbreak devastated millions of lives all around the world and produced extensive levels of anxiety, fear, stress, burn-out, and uneasiness among people at all ages (Mukhtar, 2021). Inactive lifestyle can have negative impacts on people's psychological and physical health in that it ruins the comfort, happiness, and prosperity of people (Varalakshmi & Swetha, 2020). Quarantines and lockdowns may also result in extra depression and harm the psychological conditions of people (Marmarosh, Forsyth, Strauss, & Burlingame, 2020). Thus, this research paper examines the happiness and depression states of pre-service EFL teachers (N= 102) by the help of a scale developed by McGreal & Joseph (1993):

Methodology

This paper focuses on investigating the happiness and depression states of pre-service EFL teachers (N= 102) by the help of a scale developed by McGreal & Joseph (1993). Creswell (2013) implies that quantitative research design includes an objective assessment through a statistical data analysis with the aid of surveys, scales, and questionnaires. In a similar vein, it manipulates the already existing numerical data through running computational tools such as SPSS 26.00. Moreover, quantitative research design accumulates statistical data and makes generalizations across groups of informants. The scale developed by McGreal & Joseph (1993) has been structured in a way which lets the participants to clarify the frequency of practicing the claimed issue. The pursuing score range was made use of to count the mean ($\bar{x}$) scores of the analyzed items.

Table 1. The Likert Scale Score Range

Score Range	Rating Scale
1,00-1,75	1 – never
1,76-2,50	2 – rarely
2,51-3,25	3 – sometimes
3,26-4,00	4 – often

Findings and Results

The findings of the study contain the mean ($\bar{x}$) scores of the assessed items of the scale. Table 2 illuminates the dispersions of the items from the highest to the lowest one by the help of mean ($\bar{x}$) scores.

Table 2. The Depression–Happiness States of pre-service EFL Teachers

Item	Mean ($\bar{x}$)
1. I felt too tired to do anything.	3.4510
2. I felt sad.	3.3627
3. I felt dissatisfied with my life.	3.3039
4. I felt mentally alert.	3.1569
5. I felt lazy.	3.0000
6. I felt cheerless.	2.9412
7. I felt disappointed with myself.	2.8529
8. I felt unattractive.	2.8431
9. I felt satisfied with my life.	2.7647
10. I felt that I had failed as a person.	2.7549
11. I felt that life was meaningless.	2.7451
12. I felt run down.	2.6961
13. I felt healthy.	2.6667
14. I felt that life had a purpose.	2.6275
15. I felt pleased with the way I am.	2.5980
16. I felt like crying.	2.5784
17. I felt that I had been successful.	2.5000
18. I felt optimistic about the future.	2.4314
19. I felt happy.	2.4020
20. I felt that life was enjoyable.	2.4020

21. I felt that I couldn't make decisions.	2.3922
22. I felt that life was rewarding.	2.3824
23. I found it easy to make decisions.	2.3529
24. I felt cheerful.	2.3431
25. I felt that life wasn't worth living.	2.2255

It is clearly observed in Table 1 that the items *1. I felt too tired to do anything* (x̄= 3.4510), *2. I felt sad* (x̄= 3.3627.), and *3. I felt dissatisfied with my life* (x̄= 3.3039) were stated to be often emerging. Further, the items *4. I felt mentally alert* (x̄= 3.1569), *5. I felt lazy* (x̄= 3.0000), *6. I felt cheerless* (x̄= 2.9412), 7. I felt disappointed with myself (x̄= 2.8529), 8. I felt unattractive (x̄= 2.8431), *9. I felt satisfied with my life* (x̄= 2.7647), *10. I felt that I had failed as a person* (x̄= 2.7549), *11. I felt that life was meaningless (x̄= 2.7451), 12. I felt run down (x̄= 2.6961), 13. I felt healthy (x̄= 2.6667), 14. I felt that life had a purpose (x̄= 2.6275), 15. I felt pleased with the way I am (x̄= 2.5980),* and *16. I felt like crying (x̄= 2.5784) were sometimes felt by the informants.* Lastly, the following items were rarely felt by the respondents, as clearly observed from Table 1: *17. I felt that I had been successful (x̄= 2.5000), 18. I felt optimistic about the future (x̄= 2.4314), 19. I felt happy (x̄= 2.4020), 20. I felt that life was enjoyable (x̄= 2.4020), 21. I felt that I couldn't make decisions (x̄= 2.3922), 22. I felt that life was rewarding (x̄= 2.3824), 23. I found it easy to make decisions (x̄= 2.3529), 24. I felt cheerful (x̄= 2.3431),* and *25. I felt that life wasn't worth living (x̄=2.2255).*

Discussion and Conclusion

In the literature, several studies about the happiness and depression states of individuals have been carried out to make related implications or to put forward related suggestions to overcome the negative psychological states of mind (Adams & Oliver, 2011; Burns, 2014; Cheng & Furnham, 2003; Fergus & Bardeen, 2016; Hill, Rand, Nowak, & Christakis, 2010; Isen, 1985; Millgram et al., 2019; Mongrain, Komeylian, & Barnhart, 2016; Rodogno, 2014; Schütz et al., 2013). Nonetheless, research papers referring to the psychology of Turkish higher education students as a result of many factors in the age of Covid-19 were not referred to. From this point of view, this study tries to illuminate the happiness and depression states of higher education students— EFL pre-service teachers. The picture drawn by the Depression–Happiness Scale highlights that:

- Pre-service EFL teachers often felt too tired to do anything, upset, and dissatisfied with their life (also see Javadi, 2014).

- Pre-service EFL teachers sometimes felt lazy, cheerless, disappointed, unattractive, failed as a person, the meaningless life, run down, and crying (also see Farkas, 2020).
- Pre-service EFL teachers rarely felt that they had been successful, optimistic about the future, happy, life was enjoyable and rewarding, it was easy to make decisions, cheerful (also see Faskhodi & Siyyari, 2018).

It is clearly understood from the results of study that Turkish higher education students, as young adults, developed extremely negative feelings which caused them to be in depression in the age of Covid-19. Therefore, for the covid era and post-covid era, policy makers or authorities in Turkey such as Turkish Council of Higher Education, universities, and related departments ought to take the required precautions to psychologically and physically support higher education students since a lost generation seems to be developing accordingly. Moreover, psychological counseling and guidance should be put into practice more during and after the pandemic so that the psychology of young adults is mended as a result of diminishing their anxiety and stress levels. This is realized by comforting these young adults by means of developing their standards and taking the needed steps to pulling the daily life into its natural circle. Accordingly, this study may supply a great source for the educational authorities, school administrators, psychologists, faculty members, and the researchers in the related field in order to take valuable steps against the devastating effects of the outbreak.

References

Adams, D., & Oliver, C. (2011). The expression and assessment of emotions and internal states in individuals with severe or profound intellectual disabilities. *Clinical psychology review*, *31*(3), 293-306.

Akiskal, H. S. (1985). Anxiety: Definition, relationship to depression, and proposal for an integrative model.

Angst, J., & Dobler-Mikola, A. (1984). The definition of depression. Journal of psychiatric research, 18(4), 401-406.

Ashkanasy, N. M. (2011). International happiness: A multilevel perspective. Academy of Management Perspectives, 25(1), 23-29.

Benazzi, F. (2006). Various forms of depression. Dialogues in clinical neuroscience, 8(2), 151.

Birren, J. E., & Birren, B. A. (1990). The concepts, models, and history of the psychology of aging. Handbook of the psychology of aging, 3, 3-20.

Burns, G. W. (2014). Happiness and psychological well-being: Building human capital to benefit individuals and society. In Creating a Sustainable and Desirable Future: Insights from 45 global thought leaders (pp. 263-267).

Cheng, H., & Furnham, A. (2003). Personality, self-esteem, and demographic predictions of happiness and depression. Personality and individual differences, 34(6), 921-942.

Davis, W. (1981). A theory of happiness. American Philosophical Quarterly, 18(2), 111-120.

Farkas, K. (2020). Building visions and expectations in language teacher education: A study of Hungarian and Turkish pre-service EFL teachers. UZRT 2018, 93.

Faskhodi, A. A., & Siyyari, M. (2018). Dimensions of work engagement and teacher burnout: A study of relations among Iranian EFL teachers. Australian Journal of Teacher Education (Online), 43(1), 78-93.

Fava, M., & Davidson, K. G. (1996). Definition and epidemiology of treatment-resistant depression. Psychiatric Clinics of North America, 19(2), 179-200.

Feldman, F. (2008). Whole life satisfaction concepts of happiness. Theoria, 74(3), 219-238.

Fergus, T. A., & Bardeen, J. R. (2016). Negative mood regulation expectancies moderate the association between happiness emotion goals and depressive symptoms. Personality and Individual Differences, 100, 23-27.

Hilgard, E. R. (1980). Consciousness in contemporary psychology. Annual review of Psychology, 31(1), 1-28.

Hill, A. L., Rand, D. G., Nowak, M. A., & Christakis, N. A. (2010). Emotions as infectious diseases in a large social network: the SISa model. Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences, 277(1701), 3827-3835.

Isen, A. M. (1985). Asymmetry of happiness and sadness in effects on memory in normal college students: Comment on Hasher, Rose, Zacks, Sanft, and Doren. Journal of Experimental Psychology: General, 114(3), 388.

Ivey, A. E. (1979). Counseling psychology—The most broadly-based applied psychology specialty. The Counseling Psychologist, 8(3), 3-6.

Javadi, F. (2014). On the relationship between teacher autonomy and feeling of burnout among Iranian EFL teachers. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 98, 770-774.

Lichtenberg, P. (1957). A definition and analysis of depression. AMA Archives of Neurology & Psychiatry, 77(5), 519-527.

Lorr, M., Sonn, T. M., & Katz, M. M. (1967). Toward a definition of depression. Archives of general psychiatry, 17(2), 183-186.

Marmarosh, C. L., Forsyth, D. R., Strauss, B., & Burlingame, G. M. (2020). The psychology of the COVID-19 pandemic: A group-level perspective. Group Dynamics: Theory, Research, and Practice, 24(3), 122.

Martin, M. W. (2007). Happiness and virtue in positive psychology. Journal for the theory of social behaviour, 37(1), 89-103.

Millgram, Y., Joormann, J., Huppert, J. D., Lampert, A., & Tamir, M. (2019). Motivations to experience happiness or sadness in depression: Temporal stability and implications for coping with stress. Clinical Psychological Science, 7(1), 143-161.

Mogilner, C., Aaker, J., & Kamvar, S. D. (2012). How happiness affects choice. Journal of Consumer Research, 39(2), 429-443.

Mongrain, M., Komeylian, Z., & Barnhart, R. (2016). Happiness vs. mindfulness exercises for individuals vulnerable to depression. The Journal of Positive Psychology, 11(4), 366-377.

Mukhtar, S. (2021). Psychology and politics of COVID-19 misinfodemics: Why and how do people believe in misinfodemics?. International Sociology, 36(1), 111-123.

Nierenberg, A. A., & Amsterdam, J. D. (1990). Treatment-resistant depression: definition and treatment approaches. The Journal of clinical psychiatry, 51, 39-47.

Oishi, S., Graham, J., Kesebir, S., & Galinha, I. C. (2013). Concepts of happiness across time and cultures. Personality and social psychology bulletin, 39(5), 559-577.

Paykel, E. S. (2008). Basic concepts of depression. Dialogues in clinical neuroscience, 10(3), 279.

Pawelski, J. O. (2016). Defining the 'positive'in positive psychology: Part II. A normative analysis. The Journal of Positive Psychology, 11(4), 357-365.

Penninx, B. W., Geerlings, S. W., Deeg, D. J., van Eijk, J. T., van Tilburg, W., & Beekman, A. T. (1999). Minor and major depression and the risk of death in older persons. Archives of general psychiatry, 56(10), 889-895.

Pratt, L. A. (2014). Depression in the US household population, 2009-2012 (No. 2015). US Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Health Statistics.

Rodogno, R. (2014). Happiness and well-being: shifting the focus of the current debate. South African Journal of Philosophy= Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Wysbegeerte, 33(4), 433-446.

Schütz, E., Sailer, U., Al Nima, A., Rosenberg, P., Arntén, A. C. A., Archer, T., & Garcia, D. (2013). The affective profiles in the USA: happiness, depression, life satisfaction, and happiness-increasing strategies. PeerJ, 1, e156.

Scott, J. (1988). Chronic depression. The British Journal of Psychiatry, 153(3), 287-297.

Sheldon, K. M., & Lyubomirsky, S. (2007). Is it possible to become happier?(And if so, how?). Social and Personality Psychology Compass, 1(1), 129-145.

Simons, A. D., Angell, K. L., Monroe, S. M., & Thase, M. E. (1993). Cognition and life stress in depression: Cognitive factors and the definition, rating, and generation of negative life events. Journal of Abnormal Psychology, 102(4), 584.

Varalakshmi, R., & Swetha, R. (2020). Covid-19 lock down: People psychology due to law enforcement. Asian journal of psychiatry, 51, 102102.

Veenhoven, R. (1984). The concept of happiness. In Conditions of happiness (pp. 12-38). Springer, Dordrecht.

Veenhoven, R. (2017). Measures of happiness: Which to choose?. In Metrics of subjective well-being: Limits and improvements (pp. 65-84). Springer, Cham.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETİM PROGRAMININ UYGULAMADAKİ ETKİLERİ[30]

Turan KAÇAR[31]

Öz

Türkiye'de 2005-2006 eğitim-öğretim yılından beri yapılandırmacı öğrenme yaklaşımı doğrultusunda hazırlanan Sosyal Bilgiler Öğretim Programları (SBÖP) uygulanmaktadır. Bu öğretim programından en güncel olanı şuan uygulanmakta olan 2018 SBÖP'dir. Bu çalışmanın amacı, 2018 SBÖP'nin uygulamadaki etkilerini ortaokul öğrencilerinin görüşlerine göre tespit etmek ve öğrencilerin sosyal bilgiler dersine yönelik tutumlarını belirlemektir. Bu çalışma nicel bir araştırma olup tarama modelinde yürütülmüştür. Bu çalışmada, veri toplamada anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anket formunun geliştirilme aşamasında literatürden ve 2018 SBÖP'den yararlanılmıştır. Anketin geliştirilme aşamasında alan uzmanlarının (iki sosyal bilgiler eğitimi, ölçme-değerlendirme ve Türkçe eğitimi) görüşlerine başvurulmuştur. Literatür ve uzman görüşleri çerçevesinde veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından 22 maddelik bir anket formu geliştirilmiştir. Anketin uygulanabilmesi için öncelikle Diyarbakır Milli Eğitim Müdürlüğünden gerekli izin alınmıştır. Anket belirlenen ortaokullarda araştırmacı tarafından gönüllük esasına bağlı olarak öğrencilere sınıf ortamında uygulanmıştır. Bu anket 2019-2020 eğitim-öğretim yılı birinci yarıyılın sonunda Diyarbakır'da bulunan toplam sekiz ortaokulda uygulanmıştır. Anket bu ortaokullarda öğrenim gören 323 öğrenciye uygulanmıştır. Araştırmanın örneklemi rastgele örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Bu araştırmanın nicel verileri *SPSS 22* istatistik programıyla nitel verileri ise betimsel analiz tekniğiyle çözümlenmiştir. Bu araştırmanın sonuçlarına göre; katılımcıların büyük bir çoğunluğunun sosyal bilgiler dersine yönelik oldukça olumlu tutum benimsedikleri görülmüştür. Ancak katılımcıların büyük bir çoğunluğuna göre sosyal bilgiler dersinde öğrenci merkezli yöntem ve teknikler ise daha az uygulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal bilgiler, Sosyal bilgiler öğretim programı, Ortaokul, Öğrenci görüşleri

[30] Tam metin yazımı yazar etki oranı: 1.yazar: %100
[31] Dr., TOBB Ferdi Yiğit Anadolu İmam Hatip Lisesi, kacarturan21@gmail.com, Orcid: 0000-0001-8390-7262

THE EFFECTS OF THE SOCIAL STUDIES CURRICULUM ON IMPLEMENTATION

Abstract

Social Studies Curriculums (SSC), which has been prepared in line with the constructivist learning approach, has been implemented in Turkey since the 2005-2006 academic year. The most up-to-date one of these curriculums is 2018 SSC, which is currently being implemented. The aim of this study is to determine the effects of the 2018 SSC in practice according to the opinions of secondary school students and to determine the attitudes of the students towards the social studies course. This study is a quantitative research and was conducted in the screening model. In this study, questionnaire technique was used in data collection. During the development of the questionnaire, the literature and the 2018 SSC were used. During the development of the questionnaire, the opinions of field experts (two social studies education, assessment-evaluation and Turkish education) were consulted. A 22-item questionnaire was developed as a data collection tool within the framework of the literature and expert opinions. In order to carry out the questionnaire, first of all, necessary permission was obtained from the Diyarbakır National Education Directorate. The questionnaire was applied to the students in the classroom environment on a voluntary basis by the researcher in the selected secondary schools. This survey was applied in eight secondary schools in Diyarbakır at the end of the first semester of the 2019-2020 academic year. The questionnaire was applied to 323 students studying in these secondary schools. The sample of the study was determined by random sampling method. Quantitative data of this research were analyzed with *SPSS 22* statistical program and qualitative data were analyzed with descriptive analysis technique. According to the results of this research; It was observed that the majority of the participants adopted a very positive attitude towards the social studies course. However, according to the majority of participants, student-centered methods and techniques are applied less in social studies lessons.

Keywords: Social studies, Social studies curriculum, Secondary school, Student opinions

GİRİŞ

Sosyal bilgiler dersi eğitim-öğretim hayatımızda 4-7. Sınıf düzeylerinde uzun bir süredir yerine koruyan bir derstir. Bu dersin kapsamı incelendiğinde sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinin birleşiminden oluştuğu anlaşılmaktadır. Sosyal bilgiler dersinin temellerini

atan kişinin ünlü düşünür John Dewey olduğu ifade edilebilir. Bu açıdan Yeşiltaş ve Kaymakcı'ya (2009) göre; John Dewey, öğretim kurumlarında sosyal bilgiler öğretimiyle ilgili uygulamalar yaparak bu alanda yeni yaklaşımların ortaya çıkmasını sağlamış ve sosyal bilgiler eğitimini önemli ölçüde etkilemiştir. Öztürk ve Otluoğlu'na (2003) göre; sosyal bilgiler dersinin sosyal bilimlerin içinde bulunan farklı disiplinlerden oluşması ve sosyal bilgiler eğitimine yönelik oluşan çeşitli yaklaşımlar sayesinde sosyal bilgilerin birçok tanımının yapılmasına yol açmıştır. Bu tanımlardan birkaçı incelendiğinde Öztürk'e (2015) göre sosyal bilgiler, gelişen ve değişen dünyada etkin olarak karar veren ve problem çözebilen bireylerin yetiştirilmesi amacıyla beşeri ve sosyal bilimlerden aldığı yöntem ve bilgileri birleştirerek uygulayan bir öğretim programıdır. Bu açıklamalar ışığında sosyal bilgiler, toplumsal gerçeklerle kanıtlanmaya dayalı bir ilişki meydan getirme süreci ve bu sürecin sonunda elde edilen dirik bilgiler şeklinde de tanımlanabilir (Sönmez, 2010).

Tüm bu tanımların yanında öğretim programı kavramını açıklamada fayda vardır. Bu açıdan öğretim programı, okul içinde veya okul dışında bireylere kazandırılması planlanan bir dersin öğretimiyle ilgili bütün etkinlikleri içeren yaşantılar düzeneği şeklinde tanımlanmaktadır (Akpunar, 2015; Demirel, 2013). Sosyal Bilgiler Öğretim Programı (SBÖP) ise değişen ülke ve dünya şartlarında bilgiye dayalı kararlar alıp problem çözen etkin vatandaşlar yetiştirmek hedefiyle beşeri ve sosyal bilimlerden aldığı içeriği disiplinler arası bir yaklaşımla kaynaştırarak uygulayan bir öğretim programı olarak tanımlanmıştır (Öztürk, 2015). Sosyal bilgiler dersinin birçok disipline ilişkin içerikleri bünyesinde barındırması bu dersin birçok farklı bakış açısını üzerine çekmesine yol açmıştır. Ayrıca bireylerin çevreye yönelik tüm davranışlarının etkisinin dünyanın farklı bölgelerinde bulunan bireylere ve çocuklara yansımasının farkında olmalarında, doğaya saygılı olmalarında ve bu meselelerde motive olmalarında sosyal bilgiler mühim görevler üstlenmektedir (Kaya ve Tomal, 2011).

Güven'e (2011) göre dünyada inanılmaz bir değişim yaşanmakta ve dünyamızda yaşanan göçler, değişen sınırlar, teknoloji, savaşlar ve küresel organizasyonlar vatandaşlık anlayışında da değişimi yol açmış ve sosyal yapıdaki bu değişimler öğretim programlarını etkilemektedir. Bu açıdan Türkiye'de 2005-2006 eğitim-öğretim yılından itibaren yapılandırmacı yaklaşıma uygun bir biçimde hazırlanan öğretim programları uygulanmaya başlanmıştır (Ambarlı, 2010; Aydın, 2016; Çakmak, Kaçar ve Arıkan, 2017; MEB, 2020; Yeşilyurt, 2011). Yapılandırmacı öğrenme yaklaşımı, öğretim programlarında köklü değişikliklere yol açmış, öğretim programlarının öğretim ortamlarında öğrenci ve öğretmene yüklenen rolleri de değiştirmiştir. Bu yaklaşımın etkin bir biçimde uygulanabilmesi bu rollerin teorik bir biçimde öğrenilmesinden ziyade gerçek eğitim durumlarına ne şekilde aktarılacağına bağlıdır (Dinç ve Doğan, 2010). Bu açıdan yapılandırmacı öğrenme

yaklaşımında öğrencinin bilgiye doğrudan ulaşması yerine öğretmenin öncülüğünde bilgiyi keşfetmesi amaçlanmıştır ayrıca öğretmen bu süreçte öğrencilere yalnızca bir rehber ve yol gösterici olarak yerini alır (Ambarlı, 2010).

Perkins (1999) önceleri bireylerin bilgiyi ne şekilde öğrendiklerine yönelik bir kuram olarak ortaya çıkan yapılandırmacılığın daha sonra bireylerin öğrendiklerini zihinlerinde nasıl yapılandırdıklarına yönelik bir yaklaşıma dönüştüğünü ifade etmektedir. Özden'e (2005) göre; yapılandırmacı öğrenme yaklaşımı geleneksel öğretim yaklaşımlarından farklıdır ve yapılandırmacılıkta amaç, bireylerin bilgi öğreniminde aktif olduğu ve öğrenenlerin öğrendiklerini zihinlerinde belirli bir biçimde ve yere yerleştirmektir. Benzer şekilde Özmen (2004) de yapılandırmacı öğrenme yaklaşımıyla öğrencilerin öğrendikleri bilgileri önceki bilgileriyle veya öğrendikleriyle karşılaştırarak zihinlerinde tekrar yapılandırdıklarını belirtmiştir.

Beşeri alandaki karmaşık sorunlara çözüm arayışı SBÖP'nin farklı anlayışlarla tekrar şekillenmesine yol açmış ve bu hususta öğretim programlarında değişiklik yapan ülkeler 2000'li yılları takip eden dönemde yeni veya revize edilmiş öğretim programları uygulamıştır (Özdemir Özden, 2016). Bireyin kişiliğinin gelişmesinde, topluma uyumlu, üretken ve verimli insan olarak yetişmesinde SBÖP tartışılamayacak kadar önemli bir yere sahiptir. Ayrıca bilim ve teknolojideki değişmeler, sosyokültürel dönüşümler ve toplumsal, siyasal, ekonomik evirilmeler, bireyin ve toplumun ihtiyaçları doğrultusunda SBÖP'nin bilimsel bir yaklaşımla sürekli bir biçimde geliştirilmesi bir gerekliliktir (Aykaç, 2007). Bu doğrultuda öğretim programları toplumsal, bireysel, bilimsel ve ekonomik alanlarda yaşanan gelişim ve değişime paralel olarak belirli aralıklarla güncellenmektedir (MEB, 2020). Tüm bu açıklamalar ışığında Özdemir'e (2014) göre Türkiye'de 2005-2006 eğitim-öğretim yılından itibaren ilköğretim 4-7. sınıflarını kapsayan SBÖP'de yeni bir yaklaşımla öğretim süreçlerinde, amaçlarında ve değerlendirme şekillerinde önemli değişiklikler yapılmıştır.

Bu çalışmayla ülkemizde 2017-2018 eğitim-öğretim yılında güncellenerek uygulanan SBÖP'nin uygulamadaki etkilerini ve öğrencilerin sosyal bilgiler dersine yönelik tutumlarını ortaokul öğrencilerinin görüşleri doğrultusunda belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu açıdan ülkemizde güncellenerek devam eden ve yapılandırmacılık doğrultusunda geliştirilen SBÖP'nin etkilerini öğrenci görüşlerine göre belirlemek ve ortaokul öğrencilerinin sosyal bilgiler dersine yönelik tutumlarını incelemek oldukça önem arz etmektedir. Çünkü literatür incelendiğinde SBÖP ile ilgili yapılan çalışmaların önemli bir kısmı öğretmenlerle yapılmış ve öğrencilere yönelik bu anlamda pek fazla bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Dünya'da ve Türkiye'de yapılan araştırmalar sadece yöneticilerin, öğretmen ve öğretmen adaylarının yapılandırmacı öğrenme yaklaşımı hakkındaki görüşlerini odaklanmıştır (Arslan ve diğ., 2010; Azzarito ve Ennis, 2003; Balım ve diğ., 2009; Chen ve diğ., 2000;

Çınar ve diğ., 2006) fakat öğrencilerin bakış açısıyla öğretmenlerin yapılandırmacı yaklaşımı yansıtan yöntemleri uygulayıp uygulamadığına ilişkin pek fazla bir araştırma yoktur (Ağbuğa, 2010). Dolayısıyla ülkemizde 2017-2018 eğitim öğretim yılında güncellenerek uygulanan SBÖP'nin uygulamadaki etkilerini ve öğrencilerin sosyal bilgiler dersine yönelik tutumlarını belirlemek bu araştırmanın temel problemini teşkil etmektedir.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu çalışma nicel bir çalışma olup, tarama modelinde yürütülmüştür. Karasar'a (2016) göre bu model, geçmişte veya var olan bir durumu olduğu şekliyle belirlemeyi amaçlayan bir araştırma modelidir.

Araştırmanın Örneklemi

Bu araştırmanın örneklemini 2019-2020 eğitim-öğretim yılı birinci yarıyılında Diyarbakır'ın Bağlar, Kayapınar, Sur ve Yenişehir ilçelerindeki sekiz ortaokul oluşturmuştur. Araştırmanın örneklemi belirlenen ilçelerden iki ortaokul olmak üzere seçkisiz (rastgele) bir şekilde belirlenmiştir.

Tablo 1'de bu çalışmada yer alan katılımcılara ait bazı özellikler verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Bazı Özellikleri

Cinsiyet	**f**	**%**
Kadın	158	48,9
Erkek	165	51,1
Sınıf düzeyi	**f**	**%**
5. Sınıf	80	24,77
6. Sınıf	82	25,38
7. Sınıf	81	25,08
8. Sınıf	80	24,77
Sınıf mevcudu	**f**	**%**
30-40 kişi	105	32,5
41-50 kişi	118	36,5

51 kişi ve üstü	100	31,0
Toplam	323	100,0

Tablo 1'e göre katılımcıların %48,9'u kadın, %51,1'i ise erkektir. Katılımcıların %24,77'si 5.sınıf, %25,38'i 6.sınıf, %25,08'i 7.sınıf ve %24,77'si 8.sınıf öğrencisidir. Katılımcıların bulundukları sınıf mevcutları incelendiğinde katılımcıların %36,5'i 41-50 kişi, %32,5'i 30-40 kişi ve %31'i 51 kişi ve üstü sınıf mevcutları vardır.

Veri Toplama Aracı

Veri toplamada nicel araştırmalarda uygulanan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Büyüköztürk, Aygün, Kılıç Çakmak ve Karadeniz'e (2008) göre Thomas (1998) anketi (questionnaire) insanların davranışlarını, yaşam koşullarını, tutumlarını ya da inançlarını betimlemeye yönelik bir dizi sorudan oluşan bir araştırma materyali şeklinde tanımlamaktadır. Araştırmacının hazırladığı anket formunun geliştirilme aşamasında kapsam geçerliğinin sağlanması için ilgili literatürden ve 2018 SBÖP'den yararlanılmıştır. Anketin geliştirilme aşamasında 32 maddelik anketin uygulanabilirliği açısından altı alan uzmanının (iki sosyal bilgiler eğitimi, iki ölçme-değerlendirme ve iki Türkçe eğitimi) görüşlerine başvurulmuştur. Bu görüşler çerçevesinde 22 maddelik bir anket formu geliştirilmiştir. Anket formunun daha geçerli olabilmesi için Diyarbakır ilindeki bir ortaokulda anketin ön uygulaması gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen ön uygulamadan sonra yapılan düzeltmelerle ankete son şekli verilmiştir.

Bu çalışmada araştırmacının geliştirdiği anket maddeleri dört bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların özelliklerine (Cinsiyet, sınıf düzeyi ve sınıf mevcudu) yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde öğrencilerin sosyal bilgiler dersine yönelik tutumlarının belirlenmesi amacıyla beş soru ve üçüncü bölümünde SBÖP'nin uygulamadaki etkilerinin değerlendirilmesine yönelik öğrencilere 17 soru sorulmuştur. Anketin son bölümünde ise öğrencilere, sosyal bilgiler dersinin uygulanmasına yönelik açık uçlu bir soru sorulmuştur.

Araştırmacının geliştirdiği anketin güvenirlik istatistiği Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Anketin Güvenirlik İstatistiği

Cronbach's alpha	Madde sayısı
,71	22

Tablo 2 incelendiğinde anketin güvenirlik (Cronbach's Alpha) katsayısı 0,71 bulunmuştur. Bu sonuç araştırmacının geliştirdiği anketin orta düzeyde güvenirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Anketin uygulanabilmesi için Diyarbakır Valiliği İl Milli Eğitim Müdürlüğünden gerekli izin alınmıştır. Anket formu bizzat katılımcılar tarafından, gönüllük esasına bağlı olarak belirlenen ortaokullarda araştırmacı tarafından bir ders saatinde öğrencilerin sınıfında uygulanmıştır. Anketlerden toplanan nicel veriler, *SPSS 22* istatistik programıyla nitel veriler ise betimsel analiz tekniğiyle çözümlenmiştir. Katılımcıların anket maddelerine verdikleri yanıtlar yüzde ve frekans olarak gösterilmiştir.

BULGULAR ve YORUM

Bu bölümde araştırmanın amaçları doğrultusunda katılımcılara uygulanan anketten elde edilen bulgular tablolar ve açıklamalar halinde sunulmuştur.

Katılımcıların Sosyal Bilgiler Dersine Yönelik Tutumları

Tablo 3'te katılımcıların sosyal bilgiler dersine yönelik tutumları verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Bilgiler Dersine Yönelik Tutumları

Sosyal bilgiler dersine yönelik tutum	Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum	
	N	%	N	%	N	%
Sosyal bilgiler dersini çok seviyorum.	278	**86,0**	37	11,5	8	2,5
Sosyal bilgiler dersine çok fazla katılmak istiyorum.	241	**74,6**	68	21,1	14	4,3
Sosyal bilgiler dersinden çok sıkılıyorum.	14	4,3	28	8,7	281	**87,0**
Sosyal bilgiler dersinin faydalı olduğuna inanıyorum.	289	**89,5**	21	6,5	13	4,0
Sosyal bilgiler ders saatinin daha fazla olmasını istiyorum.	183	**56,7**	103	31,9	37	11,5

Tablo 3'e göre; katılımcıların %89,5'i sosyal bilgiler dersinin faydalı olduğunu, %86'sı sosyal bilgiler dersini çok sevdiğini, %87'si sosyal bilgiler dersinden sıkılmadıklarını ve %74,6'sı sosyal bilgiler dersine çok fazla katılmak istediğini belirtmiştir. Ancak katılımcıların %56,7'si sosyal bilgiler dersinin saatinin daha fazla olmasını istediklerini belirtmiştir.

Katılımcıların Sosyal Bilgiler Dersinin Uygulanmasına Yönelik Görüşleri

Tablo 4'te katılımcıların sosyal bilgiler dersinin uygulanmasına yönelik görüşleri verilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Sosyal Bilgiler Dersinin Uygulanmasına Yönelik Görüşleri

Sosyal bilgiler dersinin uygulanmasına yönelik görüşler	Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum	
	N	%	N	%	N	%
Sosyal bilgiler dersi işlenirken dersi daha çok öğretmenimiz anlatır.	265	**82,0**	42	13,0	16	5,0
Sosyal bilgiler dersi çok eğlenceli geçer.	257	**79,6**	48	14,9	18	5,6
Sosyal bilgiler dersi işlenirken öğretmenimiz dersi daha çok ders kitabından işler.	146	**45,2**	96	29,7	81	25,1
Sosyal bilgiler dersi işlenirken öğretmenimiz bizi derse çok fazla katar.	157	**48,6**	85	26,3	81	25,1
Sosyal bilgiler dersinde öğretmenimiz bize farklı ve ilgi çekici etkinlikler yaptırır.	126	39,0	134	**41,5**	63	19,5
Sosyal bilgiler dersi işlenirken öğretmenimiz dersi daha çok akıllı tahtadan işler.	172	**53,3**	110	34,1	41	12,7

Tablo 4'e göre; katılımcıların %82'si sosyal bilgiler dersi işlenirken dersi daha çok öğretmenlerinin anlattığını, %79,6'sı sosyal bilgiler dersinin çok eğlenceli geçtiğini ve %53,3'ünün sosyal bilgiler dersi işlenirken öğretmenlerinin dersi daha çok akıllı tahtadan işlediğini belirtmiştir. Ancak öğrencilerin %39'u öğretmenlerinin derste farklı ve ilgi çekici etkinlikler yaptırdığını ve %45,2'si öğretmenlerinin dersi daha çok ders kitabından

işlediğini ve %48,6'sı ise sosyal bilgiler dersi işlenirken öğretmenlerinin, öğrencileri derse çok fazla kattığını belirtmiştir.

Katılımcıların Sosyal Bilgiler Dersinin Uygulanmasına Yönelik Görüşleri

Tablo 5'te katılımcıların sosyal bilgiler dersinin uygulanmasına yönelik görüşleri verilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Sosyal Bilgiler Dersinin Uygulanmasına Yönelik Görüşleri

Sosyal bilgiler dersinin uygulanmasına yönelik görüşler	Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum	
	N	%	N	%	N	%
Sosyal bilgiler öğretmenimiz bizi sınıf dışındaki alanlara (müze, fuar, sergi, tarihi mekân, tarihi eser vb.) götürür.	3	0,9	15	4,6	105	**94,4**
Sosyal bilgiler dersinde öğretmenimiz güncel ve tartışmalı konular ile ilgili tartışma ortamı hazırlar.	89	27,6	94	29,1	140	**43,3**
Sosyal bilgiler dersinde E-Devlet uygulaması ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılır.	78	24,1	55	17,0	190	**58,8**
Sosyal bilgiler dersinde sanal ticaret ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılır.	72	22,3	91	28,2	160	**49,5**
Sosyal bilgiler dersinde sosyal medya ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılır.	56	17,3	81	25,1	186	**57,6**

Tablo 5'e göre; katılımcıların %94,4'ü sınıf dışındaki alanlara (müze, fuar, sergi, tarihi mekân, tarihi eser vb.) gitmediklerini, %58,8'inin derste E-Devlet uygulaması ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılmadığını ve %57,6'sı derste sosyal medya ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılmadığını belirtmiştir. Ancak katılımcıların 27,6'sı öğretmenlerinin derste güncel ve tartışmalı konular ile ilgili tartışma ortamı hazırladığını ve %22,3'ü derste sanal ticaret ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapıldığını belirtmiştir.

Katılımcıların Sosyal Bilgiler Dersinin Uygulanmasına Yönelik Görüşleri

Tablo 6'da katılımcıların sosyal bilgiler dersinin uygulanmasına yönelik görüşleri verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Sosyal Bilgiler Dersinin Uygulanmasına Yönelik Görüşleri

Sosyal bilgiler dersinin uygulanmasına yönelik görüşleri	Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum	
	N	%	N	%	N	%
Sosyal bilgiler dersinde İnternette kimlik hırsızlığı ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılır.	52	16,1	64	19,8	207	**64,1**
Sosyal bilgiler dersinde kişisel bilginin gizliliği ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılır.	103	31,9	63	19,5	157	**48,6**
Sosyal bilgiler dersinde İnternette dolandırıcılık ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılır.	73	22,6	72	22,3	178	**55,1**
Sosyal bilgiler dersinde efsane, destan, masal, atasözü, halk hikâyesi, türkü ve şiir gibi türlerden yararlanılır.	83	25,7	84	26,0	156	**48,3**
Sosyal bilgiler dersinde okul içindeki ve dışındaki olaylardan yararlanarak gerçek hayat problemlerini ele alınır.	140	**43,3**	77	23,8	106	32,8
Öğrencilere sosyal bilgiler dersi ile ilgili araştırmalar yaptırılır.	152	**47,1**	74	22,9	97	30,0

Tablo 6'ya göre; katılımcıların % 64,1'i derste İnternette kimlik hırsızlığı ile ilgili, %55,1'i İnternette dolandırıcılık ile ilgili ve %48,6'sı kişisel bilginin gizliliği ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %48,3'ü sosyal bilgiler dersinde efsane, destan, masal, atasözü, halk hikâyesi, türkü ve şiir gibi türlerden yararlanıldığını belirtmiştir. Ancak katılımcıların %47,1'i sosyal bilgiler dersi ile ilgili araştırmalar yaptırıldığını ve %43,3'ü derste okul içindeki ve dışındaki olaylardan yararlanarak gerçek hayat problemlerini ele alındığını belirtmiştir.

Katılımcıların Sosyal Bilgiler Dersinin Uygulanmasına Yönelik Ayrıca Belirtmek İstediği Görüşleri

Katılımcılardan sadece 122'si sosyal bilgiler dersinin uygulanmasına yönelik ayrıca görüş belirtmiştir. Tablo 7'de katılımcıların sosyal bilgiler dersinin uygulanmasına yönelik ayrıca belirtmek istediği görüşler verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Sosyal Bilgiler Dersinin Uygulanmasına Yönelik Ayrıca Belirtmek İstediği Görüşler

Sosyal bilgiler dersinin uygulanmasına yönelik görüşler	**N**	**%**
Sosyal bilgiler ders saati arttırılmalıdır.	32	26
Sosyal bilgiler dersinde eğlenceli etkinlikler ve oyunlar yapılmalıdır.	30	24
Öğrencilere yönelik sınıf dışındaki alan (müze, fuar, sergi, tarihi mekân, tarihi eser vb.) gezileri düzenlenmelidir.	20	16
Sınıf düzeni (Gürültü, konuşma vb.) daha fazla sağlanmalıdır.	10	8,5
Derste test ve soru çözülmelidir.	10	8,5
Akıllı tahtalar 3D'ye uyumlu hale getirilerek 3D gözlükleriyle ders videoları izlenmelidir.	8	7
Öğretmenler çok fazla dersi anlatmamalıdır.	6	5
Öğrenciler araştırma ve sunum yapmalıdır.	6	5
Toplam	122	100

Tablo 7'ye göre; katılımcıların %26'sı sosyal bilgiler ders saatinin arttırılmasını, %24'ü sosyal bilgiler dersinde eğlenceli etkinlikler ve oyunların yapılmasını, %16'sı öğrencilere yönelik sınıf dışındaki alan (müze, fuar, sergi, tarihi mekân, tarihi eser vb.) gezilerinin düzenlenmesini istemektedir. Katılımcıların %5'i araştırma ve sunum yapmak istediğini, %5'i öğretmenlerin dersi çok fazla anlatmaması ve %7'si akıllı tahtaların 3D'ye uyumlu hale getirilerek 3D gözlükleriyle ders videolarının izlenmesi gerektiğini belirtmiştir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma sonuçlarına göre; katılımcıların çoğu sosyal bilgiler dersini faydalı görmekte ve sosyal bilgiler dersini çok sevmektedir. Katılımcıların önemli bir çoğunluğu sosyal bilgiler dersinden sıkılmamakta, sosyal bilgiler dersine çok fazla katılmak istemektedir.

Ancak katılımcıların yaklaşık yarısı sosyal bilgiler dersinin daha fazla olmasını istemektedir. Sonuç olarak katılımcıların sosyal bilgiler dersine yönelik tutumları oldukça olumludur. Katılımcıların önemli bir çoğunluğuna göre sosyal bilgiler dersi işlenirken dersi daha çok öğretmenler anlatmaktadır. Katılımcıların önemli bir çoğunluğuna göre sosyal bilgiler dersi çok eğlenceli geçmekte ve katılımcıların yaklaşık yarısına göre sosyal bilgiler dersi işlenirken öğretmenler dersi daha çok akıllı tahtadan işlemektedir. Ancak katılımcıların çoğuna göre öğretmenler derste farklı ve ilgi çekici etkinlikler yaptırmamakta ve katılımcıların yarısına yakınına göre öğretmenler dersi daha çok ders kitabından işlemektedir. Katılımcıların çoğuna göre derste e-Devlet uygulaması, sanal ticaret ve sosyal medya ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılmamaktadır. Yaklaşık olarak katılımcıların tamamına göre sınıf dışındaki alanlara (müze, fuar, sergi, tarihi mekân, tarihi eser vb.) gidilmemektedir. Katılımcıların önemli bir çoğunluğuna göre öğretmenler derste güncel ve tartışmalı konular ile ilgili tartışma ortamı yapılmamaktadır. Katılımcıların çoğuna göre derste, İnternette kimlik hırsızlığı, dolandırıcılık ve kişisel bilginin gizliliği ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler yapılmamaktadır. Ancak katılımcıların yaklaşık yarısına göre sosyal bilgiler dersi ile ilgili araştırmalar yaptırılmamakta ancak derste, okul içi ve dışındaki yaşanan olaylardan faydalanarak yaşanmış hayat problemleri ele alınmaktadır. Sonuç olarak öğrencilerin sosyal bilgiler dersi tutum düzeyi oldukça olumluyken öğretmenlerin SBÖP doğrultusunda derste yapılandırmacı öğrenme yaklaşımını yansıtan yani öğrenci etkinlik merkezli yöntem ve teknikleri pek fazla uygulamadıkları anlaşılmaktadır.

Tarman, Ergür ve Eryıldız (2012) yaptıkları çalışmada altıncı sınıf öğrencilerinin çoğunluğu sosyal bilgiler dersini sevmekte ve öğrencilerin çoğunun bu derse yönelik olumlu düşünceleri vardır. Özkal, Güngör ve Çetingöz (2004) 4 ve 5.sınıf öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada öğrencilerin sosyal bilgiler dersi tutumlarını genel olarak olumlu bulmuştur. Kaçar'ın (2019) yaptığı çalışmada ortaokul öğrencilerinin sosyal bilgiler dersi motivasyon düzeyleri genel olarak yüksek düzeydedir. Bu sonuçlar yapılan bu çalışma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Zira yapılan bu çalışmada da katılımcıların önemli çoğunluğu sosyal bilgiler dersini faydalı görmekte, sosyal bilgiler dersini çok sevmekte, sosyal bilgiler dersinden sıkılmamakta ve sosyal bilgiler dersine çok fazla katılmak istemektedir. Bu durum SBÖP açısından oldukça olumlu bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Zira herhangi bir derse olumlu tutum beslemek öğretme-öğrenme açısından oldukça olumlu bir durum olarak değerlendirilebilir.

Dinç ve Doğan (2010) ortaokul SBÖP ve uygulanmasına ilişkin öğretmen görüşlerine yönelik yaptığı çalışmada öğretmenler programı olumlu olarak bulmuşlardır. Çınar, Teyfur ve Teyfur (2006), Evrekli, İnel, Balım ve Kesercioğlu (2009) ve Ocak (2010) yaptıkları çalışmalarda öğretmenlerin yapılandırmacı yaklaşıma ilişkin genel olarak olumlu tutum benimsedikleri sonucuna ulaşmıştır. Ancak Karadağ, Deniz, Korkmaz ve Deniz

(2008) yaptıkları çalışmada öğretmenler yapılandırmacı öğrenme yaklaşımına karşı olumlu yaklaşım göstermelerine rağmen uygulama aşamasında kararsızlıklar yaşamaktadır. Yapılan bu çalışmanın sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde öğretmenlerin derslerde yapılandırmacı yaklaşıma pek fazla uymadıkları tespit edilmiştir. Bu durumda bu çalışmanın sonuçları Karadağ, Deniz, Korkmaz ve Deniz'in (2008) yaptığı çalışmayla kısmen örtüştüğü söylenebilir. Akpunar'a (2010) göre yapılandırmacı öğrenme yaklaşımında öğrenciler, kendi öğrenmesinden sorumlu biri olarak, öğrenme-öğretme sürecinde pasif bir alıcı değil, aktif bir öge konumunda olmalıdır. Fer ve Cırık'a (2007) göre yapılandırmacı öğrenme ortamlarında uygulanan etkinliklerin belirlenmesinde, ilkin öğrenmenin merkeze alındığı etkinliklere yer verilmelidir. 2018 SBÖP'de yapılandırmacı yaklaşımın benimsendiği göz önünde bulundurulduğunda önemli olan öğretmenlerin sınıf içinde veya dışında öğrenci merkezli yaklaşımları uygulamasıdır. Öğretmenler, derslerde öğrenci merkezli yaklaşımları yeterince uygulamazsa bu durum öğrencilerin öğrenme, değer, beceri gelişimi üzerinde ve kazanımların gerçekleştirilmesinde oldukça olumsuz sonuçlar doğurabilir. Ancak bu çalışmada yer alan katılımcıların sınıf mevcutları 40-50 arasında olduğu için bu olgu derslerde yapılandırmacılık doğrultusunda yapılacak etkinlikleri ve uygulamaları sınırlayan önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Doğan (2010) fen ve teknoloji öğretim programının uygulama sürecindeki sorunlar ile ilgili yaptığı çalışmada öğretmenlerin; etkinliklerin uygulanması için Milli Eğitim Bakanlığının konuları belirlemesini, zamanın yetersiz olmasını, sınıfların mevcudunun fazla olmasını, velilerin öğrencilerin çalışmalarıyla ilgilenmemelerini, laboratuvarların, sınıfların fiziki şartlarının ve kütüphanelerin yetersizliğini mühim sorunlar olarak görmektedir. Benzer şekilde Ersoy (2009) SBÖP'nin uygulanması (öğretmen görüşleri) ile ilgili yaptığı çalışmada öğretmenler; SBÖP'nin uygulanması önündeki en önemli engel olarak okulların fiziki şartlarının yetersiz olması, donanım bakımından yeterli düzeyde olmaması, sınıf mevcutlarının fazla olması ve ders saatlerinin yetersiz olmasını göstermektedir. Ayrıca Dinç ve Doğan (2010) yaptıkları çalışmada neredeyse öğretmenlerin tamamı yapılandırmacı yaklaşım ve SBÖP'nin gerektirdiği uygulamalar ve etkinliklere ilişkin kapsamlı bir eğitime ihtiyaç duyduklarını belirtmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda SBÖP'nin önündeki en büyük engelin sınıf mevcutlarının fazla olması ve okulların fiziki şartlarının yetersizliği olduğu söylenebilir.

Erdoğan ve Polat (2017) yaptıkları çalışmada ortaokul öğrencilerinin algılarına göre okulların yapılandırmacı öğrenme ortamlarına ne kadar sahip olduklarının boylamsal bir analizini yapmıştır. Araştırmacılar yaptıkları çalışmada öğrencilerin yapılandırmacı öğrenme ortamına ilişkin algı düzeylerinin yüksek bir oranda olduğunu tespit etmişler ve buna göre, öğrenciler, öğrenme ortamlarını oldukça yapılandırmacı olarak algılamaktadır. Ancak Erdoğan ve Polat'ın (2017) ulaştığı sonuç yapılan bu çalışmanın sonuçları ile pek

örtüşmemektedir. Zira bu çalışma sonuçları incelendiğinde sosyal bilgiler dersinde yapılandırmacı öğrenme yaklaşımının pek uygulanmadığı görülmüştür.

Çelikkaya ve Kuş (2009) yaptıkları çalışmada öğretmenler her ne kadar yapılandırmacı öğrenme yaklaşımına uygun yöntem ve teknikleri daha çok kullandıklarını belirtseler de öğrencilerin görüşleri ve yapılan gözlemler bunun tersini göstermektedir. Yine Çelikkaya ve Kuş (2009) yaptıkları çalışmada öğrencilere göre sosyal bilgiler öğretmenlerinin en az uyguladığı tekniklerden biri gezi ve incelemedir. Polat'ın (2006) yaptığı çalışmada öğretmenler sosyal bilgiler dersinde gezi ve gözlem yönteminin genellikle kullanılması gerektiğini düşünmekteyken; uygulama sırasında öğretmenlerin daha az kullandıkları yöntem ve tekniklerde gezi ve gözlem yer almaktadır. Tarman, Ergür ve Eryıldız (2012) yaptıkları çalışmada 6.sınıf öğrencilerinin büyük çoğunluğunun sosyal bilgiler dersinde gezi ve drama etkinliklerinin yapılmadığını belirtmiştir. Açıklanan bu sonuçların yapılan bu çalışma sonuçları ile büyük ölçüde örtüştüğü ifade edilebilir. Zira bu çalışma sonucunda öğrencilerin %94'ü öğretmenlerinin sınıf dışındaki alanlara (müze, fuar, sergi, tarihi mekân, tarihi eser vb.) yönelik faaliyetler yapmadığını belirtmiştir. Öğretmenlerin gezi ve inceleme etkinliklerinin yapılması gerektiğini düşünmelerine rağmen yeterli ölçüde gezi gözlem faaliyetlerini yapmamalarının önünde en büyük engellerin sınıfların kalabalıklığı ve bu hususta sorumluluk almak istememelerinden kaynaklanabilir.

Çelikkaya ve Kuş (2009) yaptıkları çalışmada sınıf ortamında öğretmenler en çok düz anlatım, soru-cevap ve yazdırma gibi yöntemleri kullanmaktadır. Bu sonucun yapılan bu çalışma sonuçlarıyla kısmen örtüştüğü söylenebilir. Çünkü yapılan bu çalışma sonucunda öğrencilerin %82'si sosyal bilgiler dersi işlenirken dersi daha çok öğretmenlerin anlattığını ve öğretmenlerin dersi daha çok ders kitabından işlediğini belirtmiştir. Bu sonuç SBÖP'de öğrenci merkezli bir yaklaşım benimsendiğinden SBÖP açısından da oldukça olumsuz bir sonuç doğurmaktadır. Zira öğretmen merkezli yaklaşımların derslerde fazla uygulanması öğrencilerin öğrenme süreci, değer, beceri gelişimi üzerinde ve kazanımların gerçekleştirilmesinde oldukça olumsuz sonuçlar doğurabilir.

Akdağ'ın (2009) yaptığı çalışmada 6 ve 7.sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler dersinde sınıf içi ve sınıf dışı etkinliklerin yapılmasına ilişkin daha çok olumlu görüşleri olduğu görülmektedir. Bu durum yapılan bu çalışma sonuçlarıyla kısmen örtüşmektedir. Zira bu çalışmada da öğrencilerin önemli çoğunluğu sınıf içi ve özellikle sınıf dışı etkinliklerin yapılmasını istemektedir. Sınıf içi ve dışı etkinlikler öğrencilere daha çok etkileşim sağladığı için böyle bir sonucun çıkması olumlu bir tutum olarak değerlendirilebilir. Çünkü sürekli sınıf içinde ders kitabı doğrultusunda, akıllı tahtada ders işleyen veya öğretmenin sürekli dersi anlatmasıyla geçen bir dersten öğrencilerin sıkılması muhtemel bir olumsuz sonuç olarak düşünülebilir.

Bu çalışma bulgularından hareketle aşağıdaki öneriler dile getirilmiştir.

- ✓ Öğrencilere yönelik daha fazla gezi ve gözlem etkinlikleri yapılmalıdır.
- ✓ Öğretmenler, öğrenme-öğretme sürecinde öğrenci merkezli yaklaşımlara daha fazla yer vermelidir.
- ✓ Öğretmenler, sosyal bilgiler dersinde okul içindeki ve dışındaki olaylardan yararlanarak gerçek hayat problemlerini daha fazla ele almalıdır.
- ✓ Öğrencilere sosyal bilgiler dersi ile ilgili araştırmalar ve görevler daha fazla verilmelidir.
- ✓ Sosyal bilgiler dersinde İnternette kimlik hırsızlığı, kişisel bilginin gizliliği ve İnternette dolandırıcılık ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler daha fazla yapılmalıdır.
- ✓ Sosyal bilgiler dersinde e-Devlet uygulaması, sanal ticaret ve sosyal medya ile ilgili ders içi ve ders dışı etkinlikler daha fazla yapılmalıdır.
- ✓ Öğretmenler, sosyal bilgiler dersinde öğrencilere yönelik farklı ve ilgi çekici etkinlikler ve oyunlar daha fazla yaptırmalıdır.
- ✓ Öğretmenler, sosyal bilgiler dersinde atasözü, destan, efsane, halk hikâyesi, masal, şiir ve türkü gibi edebi türlerden daha fazla yararlanmalıdır.
- ✓ Öğretmenler, sosyal bilgiler dersinde güncel ve tartışmalı konular ile ilgili daha fazla tartışma ortamı hazırlamalıdır.

KAYNAKÇA

Ağbuğa, B. (2010). Öğrencilere yönelik yapılandırmacı öğretim yaklaşımı ölçeği: Bir geçerlilik ve güvenirlilik çalışması. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi, 21*(3), 103-109.

Akdağ, H. (2009). İlköğretim 6. ve 7. sınıf sosyal bilgiler öğretim programının öğrenci görüşlerine göre değerlendirilmesi (Konya ili örneği). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 21, 1-14.

Akpunar, B. (2010). Yapılandırmacı yaklaşımda öğretmenin, öğrencinin ve velinin rolü. *Eğitime Bakış Dergisi, 6*(16), 16-20.

Akpunar, B. (2015). Eğitimde program geliştirme. Data Yayınları.

Ambarlı, A. (2010). *Türkiye'de cumhuriyetten günümüze sosyal bilgiler programları (değişiklikler, düzenlemeler, güncellemeler)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Aydın, M. (2016). Alternatif yaklaşımlarla sosyal bilgiler eğitimi (1.baskı). R. Sever, M. Aydın ve E. Koçoğlu (Yay. haz.). *Tarihsel empatiyle sosyal bilgiler öğretimi* (s. 15-27). Pegem Akademi Yayıncılık.

Aykaç, N. (2007). İlköğretim sosyal bilgiler dersi eğitim-öğretim programına yönelik öğretmen görüşleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *6*(22), 46-73.

Büyüköztürk, Ş., Aygün, Ö., Kılıç Çakmak, E. & Karadeniz, Ş. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri.* Pegem Akademi Yayınevi.

Çakmak, Z., Kaçar, T. & Arıkan İ. (2017). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin ortaokul sosyal bilgiler dersi taslak öğretim programına ilişkin görüşleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5*(54), 576-597.

Çelikkaya, T. & Kuş, Z. (2009). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin kullandıkları yöntem ve teknikler. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 22*(2), 741-758

Çınar, O., Teyfur, E. & Teyfur, M. (2006). İlköğretim okulu öğretmen ve yöneticilerinin yapılandırmacı eğitim yaklaşımı ve programı hakkındaki görüşleri. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 7*(11). 47-64.

Demirel, Ö. (2013). *Eğitimde program geliştirme kuramdan uygulamaya* (20. Baskı). Pegem Akademi Yayınları.

Dinç, E. & Doğan, Y. (2010). İlköğretim ikinci kademe sosyal bilgiler öğretim programı ve uygulanması hakkında öğretmen görüşleri. *Sosyal Bilgiler Eğitimi Araştırmaları Dergisi, 1*(1), 17-49.

Doğan, Y. (2010). Fen ve teknoloji dersi programının uygulanması sürecinde karşılaşılan sorunlar. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 7*(1), 86-106.

Erdoğan, İ. & Polat, M. (2017). Okullarımız yapılandırmacı öğrenme ortamlarına ne kadar sahip? Ortaokul öğrencilerinin algıları üzerine boylamsal bir bakış. *Dicle Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 30, 608-619.

Ersoy, F. G. (2009). *Yeni ilköğretim sosyal bilgiler programının uygulanması ile ilgili değerlendirmeler (Konya ili örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Evrekli, E., İnel, D., Balım, A. G. & Kesercioğlu, T. (2009). Fen öğretmen adaylarına yönelik yapılandırmacı yaklaşım tutum ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Fen Eğitimi Dergisi, 6*(2).134-148.

Fer, S. & Cırık, İ. (2007). Yapılandırmacı öğrenme - kuramdan uygulamaya. Morpa Yayınları.

Güven, S. (2011). **Sosyal bilgiler öğretiminde yeni yaklaşımlar - II (I. baskı). R. Turan, A. M. Sünbül ve H. Akdağ (Yay. haz.).** ***Sosyal bilgiler dersinde vatandaşlık eğitimi ve vatandaşlık eğitiminde modeller*** **(**s. 36-56). Pegem Akademi Yayınları.

Kaçar, T. (2020). Ortaokul öğrencilerinin sosyal bilgiler dersi motivasyon düzeylerinin incelenmesi. *Turkish Studies - Educational Sciences, 14*(5), 2433-2448. http://10.29228/TurkishStudies.36834

Karadağ, E., Deniz, S., Korkmaz, T. & Deniz, G. (2008). Yapılandırmacı öğrenme yaklaşımı: Sınıf öğretmenleri görüşleri kapsamında bir araştırma. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21*(2), 383-402.

Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayıncılık.

Kaya, M. F. & Tomal, N. (2011). Sosyal bilgiler dersi öğretim programı'nın sürdürülebilir kalkınma eğitimi açısından incelenmesi", *Eğitim Bilimleri Araştırmaları DergisiUluslararası E-Dergi, 1*(2), 49-65.

Milli Eğitim Bakanlığı, Öğretim Programları İzleme ve Değerlendirme Sistemi. (2020). Erişim adresi: http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=354

Ocak, G. (2010). Yapılandırmacı öğrenme uygulamalarına yönelik öğretmen tutumları. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 30*(3), 835-857.

Özdemir, S. M. (2014). Sosyal bilgiler öğretimi (3. baskı). M. Safran (Yay. haz.). *Sosyal bilgiler öğretimi programı ve değerlendirilmesi* (s. 18-48). Pegem Akademi Yayınları.

Özdemir Özden, D. (2016). Farklı ülkelerin sosyal bilgiler öğretim programı (2. baskı). C. Öztürk (Yay. haz.). *Güney Afrika Cumhuriyeti* (s. 143-172). Pegem Akademi Yayınları.

Özden, Y. (2005). *Eğitimde yeni değerler: Eğitimde dönüşüm*. Pegem A Yayıncılık.

Özkal, N., Güngör, A. & Çetingöz, D. (2004). Sosyal bilgiler dersine ilişkin öğretmen görüşleri ve öğrencilerin bu derse yönelik tutumları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi,* 40, 600-615.

Özmen, H. (2004). Fen öğretiminde öğrenme teorileri ve teknoloji destekli yapılandırmacı (constructivist) öğrenme. *The Turkish Online Journal of Educational Technology, 3*(1), 100-111.

Öztürk, C. (2015). Toplumsal yaşama disiplinlerarası bir yaklaşım. C. Öztürk (Ed.). *Sosyal bilgiler öğretimi demokratik vatandaşlık eğitimi* (s. 1-31) içinde (4.baskı). Pegem Akademi Yayıncılık.

Öztürk, C. (2015). Sosyal bilgiler öğretimi demokratik vatandaşlık eğitimi (4. baskı). C. Öztürk (Yay. haz.). *Sosyal bilgiler: toplumsal yaşama disiplinler arası bir yaklaşım* (s. 2-28). Pegem Akademi Yayıncılık.

Öztürk, C. & Otluoğlu, R. (2003). *Sosyal bilgiler öğretiminde edebi ürünler ve yazılı materyaller* (2.baskı). Pegem Akademi Yayıncılık.

Perkins, D. (1999). The many faces of constructivizm. *Educational Leadership, 57*(3), 6-11.

Polat, F. (2006). *İlköğretim 7.sınıf sosyal bilgiler öğretiminde öğretmenlerin kullandıkları yöntemler ve karşılaştıkları sorunlar (Afyonkarahisar örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Sönmez, V. (2010). *Sosyal bilgiler öğretimi.* Anı Yayıncılık.

Tarman, B., Ergür, Ş. & Eryıldız, F. (2012). Yenilenen sosyal bilgiler programına dair bir değerlendirme. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11*(1), 103-135.

Yeşiltaş, N. M. & Kaymakcı, S. (2009). John Dewey'nin eğitim anlayışı ve sosyal bilgiler eğitimine yönelik bazı örnek uygulamaları. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4, 227-242.

Yeşilyurt, E. (2011). Yapılandırmacı öğrenme temelli bir öğretim programının oluşturulmasına ilişkin öğretmen adaylarının görüşlerinin değerlendirilmesi. *Turkish Studies,* 6(4), 865-885.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

INSTAGRAM ÖRNEĞİ: KİŞİSEL MARKA VE BENLİK SUNUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN CİNSİYET AÇISINDAN İNCELENMESİ

Cansel OK[32]

Öz

Benlik sunumu, bireyin kendisiyle ilgili olarak bilgilerini ve imajını başkalarına iletmesidir. Kişisel marka ise bireyin söz, imaj ile kendisiyle ilgili bir kimlik oluşturmasıdır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte ülkemizde sosyal medya kullanımında artış yaşanmıştır/yaşanmaktadır. Datareportal, Türkiye'de sosyal medya kullanıcılarının en sık kullandıkları uygulamalardan ikincisinin Instagram olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu nedenle bu çalışmanın amacı, Instagram kullanıcıları üzerinden kişisel marka ve benlik sunumu kavramlarının cinsiyet açısından incelemektir. Araştırmanın verileri, seçkisiz olmayan elverişli örnekleme metodu yoluyla Türkiye'de Instagram kullanan 18-25 yaş aralığındaki 307 kişiden (191 kadın, 116 erkek) toplanmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında; yaş, cinsiyet, eğitim durumu sorularından oluşan sosyo-demografik form, kişisel markaya dair kapalı uçlu sorularından oluşan kısa bir anket ve Değiştirilmiş Benlik Sunumu Taktiği Ölçeği (DBSTÖ) kullanılmıştır. Bulgulara göre, DBSTÖ ve kişisel marka arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur (r =-,422; p<0,01). Cinsiyetin, benlik sunumları (r =,068; p>0,01) ve kişisel marka (r =,029; p>0,01) ile anlamlı bir ilişkisi bulunamamıştır. DBSTÖ ve kişisel marka anket sorularının cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farkına bakmak amacıyla non-parametrik analiz olan Mann-Whitney U analizi yapılmıştır. Cinsiyetin, benlik sunumuna (z =-,515; p>0,05) ve kişisel markaya (z =-1,183; p>0,05) göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Psikoloji, Instagram, Kişisel Marka, Benlik Sunumu

INSTAGRAM EXAMPLE: EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEN PERSONAL BRAND AND SELF PRESENTATIONS IN TERMS OF GENDER

Abstract

Self-presentation is an individual's conveying his knowledge and image of himself to others. Personal brand, on the other hand, is the individual's creating an identity related to

[32] Cansel OK, İstanbul Medipol Üniversitesi, Pazarlama İletişimi ve Reklamcılık Yüksek Lisans, okcansel@hotmail.com Orcid: 0000-0001-6332-4633

himself or herself with words and images. With the development of technology, there has been an increase in the use of social media in our country. Datareportal has reached the conclusion that Instagram is the second most frequently used application by social media users in Turkey. Therefore, the aim of this study is to examine the concepts of personal brand and self-presentation through Instagram users in terms of gender. The data of the study were collected from 307 people (191 women, 116 men) between the ages of 18-25 who use Instagram in Turkey through the non-random convenient sampling method. In the collection of research data; A socio-demographic form consisting of age, gender, and educational status questions, a short questionnaire consisting of closed-ended questions about personal brand, and the Altered Self-Presentation Tactic Scale (ASPT) were used. According to the findings, a significant negative correlation was found between ASPT and personal brand ($r = -.422$; $p<0.01$). No significant relationship was found between gender, self-presentations ($r = .068$; $p>0.01$) and personal brand ($r = .029$; $p>0.01$). Mann-Whitney U analysis, which is a non-parametric analysis, was conducted to look at the significant difference between the DBSÖ and personal brand survey questions in terms of gender variable. It was concluded that gender did not differ significantly according to self-presentation ($z = -.515$; $p>0.05$) and personal brand ($z = -1.183$; $p>0.05$).

Keywords: Psychology, Instagram, Personal Brand, Self Presentation

GİRİŞ

Sosyal medya, mekân ve zaman sınırlaması olmaksızın bireylerin iletişim kurmak amacıyla paylaşma ve tartışma yaptıkları aktif olarak kullanılan bir iletişim uygulama yöntemidir. Sosyal medya bireylerin kişisel paylaşımlarını içerebildiği gibi tanınırlık ve bilinirliklerini de sağlayan araç olarak daha özel bir amaç için de kullanılması ile toplumun davranışlarını etkilemesi bakımından önem taşımaktadır (Vural ve Bat, 2010; Hepekiz ve Gökaliler, 2019).

Instagram, 2010 yılında ücretsiz erişime sunulan fotoğraf paylaşma ve düzenleme uygulama aracı olarak kurulmuştur. “Instant” İngilizce’de “anlık” anlamına gelen ve fotoğraf makineleri ve çekilen fotoğrafların aktarılabilmesini sağlayan “telegram” kelimelerinin birleşiminden oluşmuştur (Yeniçıktı, 2016). Bireylerin sosyal ağlar üzerinden kendilerine yeni bir imaj yaratma motivasyonunun temelinde yeni iletişim ve etkileşim biçimleri yatmaktadır (Hepekiz ve Gökaliler, 2019). Günümüzde bireylerin kişisel markalarını yaratabileceği ve kendilerine ait imaj yaratabileceği pek çok ağ bulunmaktadır. Bunlardan bazıları: Facebook, Youtube, Instagram, Twitter ve LinkedIn vb. oluşturmaktadır (Işıklı, 2019).

Kişisel markalaşma "Personal Branding" kavramı en sade haliyle öznesi kişi olan markadır (Gürel ve Arslan, 2020). Uzmanlara göre kişisel markalaşma kişinin duruşuyla ilgili çevreye yansıttığı mesaj ve benzer çalışmaları yapanlar ile arasına koyduğu fark, son olarak işine kattığı değerlere dayalı bir şahsi kimlik oluşturmasıdır. Kişisel markalaşma sadece toplumdaki ünlü bireylerle ilgili bir kavram değildir. Bireyin kişisel marka oluşturması ve geliştirmesi kişiyi diğerlerinden farklılaştırması ve güçlü olmaya teşvik etmesi dolayısıyla herhangi bir ürünün markalaşmasına benzer. Bundan dolayı da sosyal ağlar üzerinden ünlü ya da günlük yaşamdan her birey kolaylıkla kendi markasını yaratabilmekte ve geliştirebilmektedir. Dijital ortamdaki kişisel markalaşma sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirdikleri etkinliklere bağlıdır (Işıklı, 2019). Instagram üzerinden kişisel markalaşmaya çalışan bireyler mutlu, şık bir kimlik yaratmaya çalışmaktadır (Kandil, 2019).

Benlik kavramı, William James ile birlikte ortaya çıkmıştır. Benlik, çevrenin birey üzerinde oluşturmuş olduğu etkileri ile bireyin kendi hakkındaki gözlemleri ve bulunduğu toplumun geri bildirimleriyle birlikte ortaya çıkan kişiliğin öznel kısmı denilmektedir. Benlik oluşumu ve gelişimi sosyal ilişkiler içerisinde şekillenmektedir (Hepekiz ve Gökaliler, 2019). Goffman'a göre benlik: "Belli bir yeri olan, esas kaderi doğmak, büyümek ve ölmek olan organik bir şey değildir; sergilenen bir sahneden dağınık olarak doğan bir dramatik etkidir" olarak açıklamaktadır (Gündüz vd., 2018).

Benlik sunumu kavramı, Goffman'ın 'Günlük Yaşamda Benlik Sunumu' (1959) adlı eseri ile literatüre girmiştir (Şahan, 2013; akt. Çoşkun, 2019). Benlik sunumu, bireyin kendi hakkındaki bazı bilgilerini ve imajını diğer bireylere iletme davranışı olarak tanımlanmaktadır (Çakmak, 2018). Benlik sunumu, "kendiliğin sunumu" olarak da tanımlanabilmektedir (Goffman, 2004; akt. Hepekiz ve Gökaliler, 2019). Goffman'a göre birey, kişilerle karşılaşması durumunda kendini nasıl gözlemlediğini, nasıl bir tarzda karşı tarafa sunduğunu ve yeni stratejileri nasıl ortaya koyduğunu benlik sunumu kavramı ile açıklamaktadır (Yavuz, 2019). Günlük yaşamı bir tiyatro sahnesi olarak ele alan Goffman'a göre, bireyler birtakım rollere girmektedir ve diğer kişilere performanslarını sergilemektedir. Bireyler için başka bireylerin düşünceleri önem kazanmaktadır. Bu nedenle girdikleri rolleri ile iyi bir imaj oluşturmak istemektedirler (Şahan, 2013). Özetle; bireyler günlük yaşamlarında, başkalarının gözünde olumlu etki bırakmak amacıyla idealize edip belli yönlerini vurguladıkları benliklerini sunarlar. Goffman bu süreci bir "izlenim yönetimi" olarak tanımlamaktadır (Gündüz vd., 2018).

Jones ve Pittman (1982) benlik sunumu taktiklerini beş temel faktör altında incelemiştir Bunlar; örnek davranışlar sergileme, kendini sevdirme, tehdit etme, kendine acındırma ve niteliklerini tanıtma davranışları şeklinde sınıflandırılmıştır. Örnek davranış sergileme

taktiğin amacı ahlaki olarak yüksek görünmek veya yüksek ahlaki standartlara sahip olduğunu gösterme isteğidir. Bu tür davranışları sergileyerek bireyler başkalarının saygısını ve takdirini kazanmaktadır. Aynı zamanda başka bireylerin onları taklit etmelerini sağlamaktadırlar. Kendini sevdirme taktiği, amaca yönelik ve belirli şeyleri elde etmek amacıyla başkalarının kendini sevmelerini sağlayan davranışlar göstermesidir. Örneğin; başkaları hakkında pozitif sözler söylemek, kendisiyle ilgili negatif konuşmak, pozitif mizah ve gülümseme ifadeleri ve normal nezaket kurallarının ötesinde nazik davranmaktır. Tehdit etme taktiği, bireyin kendini güçlü ve tehlikeli göstermeye yönelik davranışlarının bütününü kapsamaktadır. Tehdit etme taktiklerinde birey, tehlikeli bir birey olarak görünerek sosyal güç elde etmeye çalışmaktadır. Kendine acındırma taktiğinde bireyler kendilerini zayıf, aciz ve yardıma muhtaç göstererek başkalarından yardım almayı amaçlamaktadırlar. Niteliklerini tanıtma taktiğinde ise bireyler, başka bireylerin gözünde kendilerini yetkin ve yeterli olarak göstererek başkalarının saygısını kazanmaya çalışmaktadırlar (Jones ve Pittman, 1982; akt. Boz, 2012). Bu temel faktörler bu çalışmada bireylerin benlik sunumlarını gösteren davranışlarını ölçmek amacıyla kullanılmıştır

Teknolojik gelişmeler ile birlikte teknolojik aletlerin kolay bir şekilde erişim sağlandığı aynı zamanda sıklıkla kullanıldığı günümüz yaşamında bireyler benlik sunumunu sosyal medya aracılığı ile gerçekleştirmektedirler. Instagram'da bireyler belli özelliklerini ön plana çıkararak nasıl bir kişi olduklarını inşa etmektedir ve diğer kişilere sunmaktadır. Goffman'ın tiyatro yaklaşımında, bireyin gerçek hayatta olduğu gibi sosyal medyada da kendisinden beklenen rollere uygun olarak davranması ile benlik sunumu gerçekleşmektedir. Instagram, bireyin rolünü en iyi şekilde sergileyebilmesine olanak yaratan günümüz sahnelerindendir (Soncu, 2016; akt. Coşkun, 2019). En sık kullanıma sahip sosyal medya ağlarından biri olan Instagram, çevrimiçi benlik sunumunu incelemek için ideal bir iletişim aracı olduğunu söylemek mümkündür. Instagram aracılığı ile bireyler fotoğraf, video gibi birçok araçla kendileri hakkında kişisel performans sergilemektedirler. Dolayısıyla araştırmada benlik sunumu kavramını bireylerin en sık kullandığı sosyal medyadan biri olan Instragram örneği üzerinde gidilmiştir. Datareportal, Türkiye'de sosyal medya kullanıcılarının en sık kullandıkları uygulamalardan ikincisinin Instagram olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu nedenle bu çalışmanın amacı, Instagram kullanıcıları üzerinden kişisel marka ve benlik sunumu kavramlarının cinsiyet açısından incelemektir.

Daha önceki çalışmalarda, sosyal medya kullanıcılarının benlik sunumları üzerinden kişisel marka kavramı incelenmiştir (Hepekiz ve Gökaliler, 2019). Bu araştırmada ise; Instagram kullanıcıları üzerinden kişisel marka ve benlik sunumlarının cinsiyet açısından değerlendirilmesi bu çalışma ile ele alınmıştır.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Bu araştırmada, nicel araştırma modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Çalışma Grubu

Türkiye'de Instagram kullanan 18-25 yaş aralığındaki toplam 307 kişiden oluşmaktadır. 191 kadın (%62,2) ve 116 erkek (%37,8) katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırmanın verileri, seçkisiz olmayan elverişli örnekleme metodu yoluyla gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Sosyo-Demografik Bilgi Formu: Katılımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim durumuyla ilgili sorularından oluşan bir formdur.

Araştırma verilerinin toplanmasında; yaş, cinsiyet, eğitim durumu sorularından oluşan sosyo-demografik form, kişisel markaya dair kapalı uçlu sorularından oluşan kısa bir anket ve Değiştirilmiş Benlik Sunumu Taktiği Ölçeği (DBSTÖ) kullanılmıştır.

Değiştirilmiş Benlik Sunumu Taktiği Ölçeği (DBSTÖ): Jones ve Pittman (1982) benlik sunumu taktiklerini beş temel faktör altında incelemiş ve bunlar; örnek davranışlar sergileme, kendini sevdirme, tehdit etme, kendine acındırma ve niteliklerini tanıtma davranışlarıdır (Boz, 2012). 5'li Likert ölçeği (1) Kesinlikle katılmıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum kullanılmıştır. 30 maddeden oluşan bir ölçektir. Yapılan araştırmada, DBSTÖ'den elde edilen verilere iç tutarlılık açısından bakıldığında ölçeğin Cronbach alfa değerinin α=.89 olduğu ve alt boyutlarının iç tutarlılıklarının ise .17 ile .63 arasında değiştiği görülmüştür.

Kişisel Marka Anketi: Hepekiz ve Gökaliler (2019) çalışmasında iletişimde olunan kişiler, giyim ve konuşma stili, beslenme şekli, yaşanılan ortam ve yetenekler bireyi birey yapan ve marka olmayı sağlayan işaretler olduğunu ve sürekli yenilenmeyi, dönüşümü gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu ifade doğrultusunda toplam 10 sorudan oluşan kişisel marka anketi hazırlanmıştır. Anketin yapı geçerliğinin ölçülmesi için açımlayıcı faktör analizi ve örneklemin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için Kaiser Meyer Olkin (KMO) ve Barlett testi uygulanmıştır. KMO değeri .686 olarak bulunmuştur, Bartlett testi faktörlenebilirlik düzeyi (X^2 =318,097, ss=45, p<0,001) istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Yapılan araştırmada, Kişisel marka anketinden elde edilen verilere iç tutarlılık açısından bakıldığında ölçeğin Cronbach alfa değerinin α=.64 olduğu ve alt boyutlarının iç tutarlılıklarının ise .03 ile .38 arasında değiştiği görülmüştür.

Verilerin Analizi

Kayıp veriler ve uç değerler açısından yapılan veri temizleme işlemi sonrası verilerin normal dağılıp dağılmadığı incelenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiye bakmak amacıyla önce normallik testi için Kolmogorov-Smirnov testi yapılmıştır. Sosyo-demografik bilgi formu yönelik cevapların ortalama ve standart sapması ile sayı ve sıklıkları için betimsel istatistik yapılmıştır. Normal dağılıma göre ölçek, anket ve değişkenler arasındaki ilişkiler için Spearman (rho) Sıra Farkları Korelasyon analizi yapılmıştır. DBSTÖ ve kişisel marka anket sorularının cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farkına bakmak amacıyla non-parametrik analiz olan Mann-Whitney U analizi yapılmıştır.

BULGULAR VE YORUMLAR

Tablo 1. Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerin cevaplarının frekans ve yüzde dağılımları

Değişken	Grup	f	%	Yığılmalı %
Cinsiyet	Kadın	191	62,2	62,2
	Erkek	116	37,8	100,0
Yaş	18-21	174	56,7	56,7
	22-25	133	43,3	100,0
Eğitim durumu	Lise	13	4,2	4,2
	Önlisans	22	7,2	11,4
	Lisans	263	85,7	97,1
	Yüksek Lisans	9	2,9	100,0

Örneklem grubunu oluşturan katılımcıların 191'i (%62,2) kadın ve 116'sı (%37,8) erkek olmak üzere toplam 307 katılımcıdan oluşmaktadır. 18-21 yaş aralığında 174 (%56,7) kişi, 22-25 yaş aralığında 133 (%43,3) kişi vardır. Katılımcıların eğitim durumları Lise 13 (%4,2), Önlisans 22 (%7,2), Lisans 263 (%85,7) ve Yüksek Lisans 9 (%2,9) kişiden oluşmaktadır.

Tablo 2. Kolmogorov-Smirnov normallik testi

Ölçek	İstatistik	p
DBSTÖ	,126	,000*
Kişisel Marka	,133	,000*

*p<0,05

DBSTÖ ve kişisel marka anket toplam puanları normal dağılım açısından Kolmogorov-Smirnov analizi ile incelenmiştir. DBSTÖ ve kişisel marka anket verilerin normal dağılmadığı (p<0,05) görülmüştür. DBSTÖ alt boyutlarının puanlarının normal dağılım açısında Kolmogorov-Smirnov analizi ile incelenmiş ve DBSTÖ alt boyutları verileri normal dağılmadığı (p<0,05) görülmüştür. Dolayısıyla DBSTÖ ve kişisel marka ankette normal dağılım söz konusu olmadığı için iki toplam puanlarının ilişkisi Spearman (rho) Sıra Farkları Korelasyon analizi ile incelenmiştir.

Tablo 3. Kişisel Marka KMO and Bartlett's test sonuçları

Kaiser-Meyer-OlkinTesti		**,686**
Bartlett'sKüresellik Testi	Yaklaşık Ki Kare	318,097
	ss	45
	p	,000

Kişisel marka anketinin yapı geçerliğinin ölçülmesi için açımlayıcı faktör analizi ve veri setinin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için Kaiser Meyer Olkin (KMO) ve Barlett testi uygulanmıştır. KMO'nun 0,60'dan yüksek, Bartlett's küresellik testinin anlamlı çıkması verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Çokluk vd.,2010). Araştırma sonucunda elde edilen KMO değeri 0,686 olarak belirlenmiştir. Bu durumda örneklemin yeterli olduğu söylenebilir. Ayrıca Bartlett testi faktörlenebilirlik düzeyi (X^2 =318,097, ss=45, p<0,001) istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur.

Tablo 4. DBSTÖ ile Kişisel Markaya ilişkin korelasyon değerleri

Ölçek	x̄	ss	r	p
DBSTÖ	47,81	13,53	-,422	,000**
Kişisel Marka	16,10	2,13		

*p<0,05 **p<0,01

DBSTÖ ve kişisel marka arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur (r =-,422; p<0,01).

Tablo 5. Cinsiyetin DBSTÖ ile Kişisel Markaya ilişkin korelasyon değerleri

	Cinsiyet	r	p
DBSTÖ	Kadın	,068	,237
	Erkek		
Kişisel Marka	Kadın	,029	,607
	Erkek		

*p<0,05 **p<0,01

Cinsiyetin, benlik sunumları (r =,068; p>0,01) ve kişisel marka (r =,029; p>0,01) ile anlamlı bir ilişkisi bulunamamıştır.

Tablo 6. DBSTÖ, Kişisel Markanın cinsiyete göre karşılaştırılması Mann-Whitney U test analizi sonuçları

	Cinsiyet	Sıralamalar Toplamı	Sıralamalar Ortalaması	U	Z	p
DBSTÖ	Kadın	29025,50	151,97	10689,500	-,515	,606*
	Erkek	18252,50	157,35			
Kişisel Marka	Kadın	28531,50	149,38	10195,500	-1,183	,237*
	Erkek	18746,50	161,61			
	Erkek	18039,50	155,51			

*p<0,05 **p<0,01

DBSTÖ ve kişisel marka anket sorularının cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farkına bakmak amacıyla non-parametrik analiz olan Mann-Whitney U analizi yapılmıştır. Cinsiyetin, benlik sunumuna (z =-,515; p>0,05) ve kişisel markaya (z =-1,183; p>0,05) göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Yapılan araştırmada, Instagram örneği üzerinden kişisel marka ve benlik sunumları arasındaki ilişki cinsiyet açısından incelenmiştir. Türkiye'de Instagram kullanan 18-25 yaş aralığındaki katılımcıdan çevrimiçi anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Araştırma verileri için yaş, cinsiyet, eğitim durumu sorularından oluşan sosyo-demografik bilgi formu, kişisel markaya dair kapalı uçlu sorularından oluşan kısa bir anket ve Değiştirilmiş Benlik Sunumu Taktiği Ölçeğinden (DBSTÖ) yararlanılmıştır.

Hepekiz ve Gökaliler (2019) çalışmasında, kişisel markaları için katılımcıların, sosyal medya mecraları üzerinden ego tatmini amaçlı var olduklarını, var olan kimliklerini ya da kişilik özelliklerinin yansıtmak istedikleri kısımları açarak beğeni ve onay almak amacıyla sosyal medya mecralarını aktif olarak kullanmakta oldukları sonucuna ulaşmıştır. Katılımcıların kişisel markaları için benlik sunumu davranışına girdikleri söylenebilir. Bu araştırmanın bulguları incelendiğinde 18-25 yaş aralığındaki katılımcıların DBSTÖ puanları ile kişisel marka puanları arasında negatif yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre katılımcıların DBSTÖ'nün puanları arttıkça kişisel marka puanlarının azaldığı ve böylece DBSTÖ'nün kişisel marka puanlarını azaltan bir faktör

olduğu söylenebilir. Negatif yönde bir ilişkinin olması, DBSTÖ boyutlarından kendini acındırma ve tehdit etme boyutlarının etkisinin olduğu düşünülebilir.

Kandil (2019) 18-24 yaşları arasındaki Instagram kullanıcısı 20 kadınla yaptığı çalışmada, katılımcıların Instagram'ı, benliği sunmada bir araç olarak kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmada da 18-25 yaş aralığındaki erkek ve kadın katılımcıların, Instagram'ı benlik sunmada bir araç olarak kullandıkları görülmektedir.

Örnek davranış sergileme, kendini sevdirme, tehdit etme, kendini acındırma ve niteliklerini tanıtma benlik sunumu taktiklerinin cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Aynı şekilde kişisel markanın cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık göstermediği görülmüştür.

Türkiye'de Instagram kullanıcı sayısının fazla olması nedeniyle çalışmanın daha geniş bir örneklem grubuna uygulanması önerilmektedir. Türkiye'de Instagram kullanıcılarının en fazla olduğu yaş aralığı 25-34 yaş aralığıdır (Datareportal, 2020). Bu yaş aralığındaki kullanıcılarla daha sonra aynı çalışmasının yapılması önerilmektedir.

Bu araştırma sosyal medya alanında yapılacak olan çalışmalara kaynak oluşturacak niteliktedir. Sosyal medyada yapılan kişisel marka ve benlik sunumu üzerine yapılacak çalışmalara ışık tutacaktır. Psikoloji, sosyal psikoloji ve iletişim alanlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA / REFERENCES

Boz, N. (2012). *Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu.* Yayınlanmış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk Ş. (2010). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamalı. Ankara: Pegem Yayınları.

Çoşkun, Ş. (2019). *Kişilerarası İletişimde Benlik Sunumu: Instagram'daki Yeni Gelinler Üzerine Bir Araştırma.* Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi.

Datareportal (2020, Aralık 17). Digital 2020: Turkey. https://datareportal.com adresinden edinilmiştir.

Gündüz, A., Ertong Attar, G. & Altun, A. (2018). Üniversite öğrencilerinin Instagram'daki benlik sunumları. *DTCF Dergisi,* 58 (2), 1862-1895. http://dx.doi.org/10.33171/dtcfjournal.2018.58.2.32

Gürel, E. & Arslan E. (2020). Kişisel marka ve kişisel markalaşma: bir literatür çalışması. ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi,10 (3), 694-706. https://doi.org/10.48146/odusobiad.788591

Hepekiz, İ. & Gökaliler, E. (2019). Sosyal medya aracılığıyla yaratılan kişisel markalar ve benlik sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 761-782. *https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.446869*

Işıklı, H. (2019). *Kişisel Markalaşma Bağlamında Youtube İçeriklerinin Görsel Tasarım Açısından İncelenmesi.* Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi.

Kandil, Z. (2019). *Rol-Model Almada ve Benliğin Sunumunda Yeni Bir Alan Olarak Instagram.* Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi.

Şahan, H.G. (2013). *Lokasyon Bazlı Sosyal Ağlar Aracılığıyla Selektif Benlik Sunumu.* Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBE.

Vural, Z., & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal Of Yasar University*, 5(20), 3348-3382.

Yavuz, C. (2019). *Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medyada Benliğin Sunumu: Instagram Örneği.* Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi.

Yeniçıktı, N. T. (2016). Halkla ilişkiler aracı olarak instagram: Sosyal medya kullanan 50 şirket üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 92-115. https://doi.org/10.18094/si.84410

Ekler

Ek 1: Kişisel marka anketi

1.	Paylaşımlarınızda yaşadığınız ortamdan/ortamlardan bahsediyor musunuz?	**Evet**	**Hayır**
2.	Paylaşımlarınızda rutin ve hayat düzeninizden (beslenme şekliniz gibi) bahsediyor musunuz?		
3.	Paylaşımlarınızda giyim stilinizi ön plana koyuyor musunuz?		
4.	Paylaşımlarınızda konuşma stilinizi ön plana koyuyor musunuz?		
5.	Paylaşımlarınızda yenilenme (yeme, yaşam tarzı vs.) içerisinde oluyor musunuz?		
6.	Paylaşımlarınızda kişisel değerlerinizden bahsediyor musunuz?		
7.	Paylaşımlarınızda yeteneklerinizi ön plana çıkıyor musunuz?		
8.	Paylaşımlarınızda bilgi, deneyim ve birikimlerinizden bahsediyor musunuz?		
9.	Paylaşımlarınızı tanınmak amacıyla mı yapıyorsunuz?		
10.	Paylaşmaktan kaçındığınız içerikler var mıdır?		

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

SANATTA HİBRİTLEŞME (METAMORFOZ ÜZERİNE)[33]

Didar Ezgi ÖZDAĞ[34]

Öz

Kelime kökeni Latince "Hibrida" kelimesine karşılık gelen hibrit "melezlik "pek çok kültürde karıştırılmış bir şey anlamında kullanılmaktadır. Bir başka ifade ile, iki farklı durumun iç içe geçerek yeni bir bütün oluşturması olarak ifade edilebilir. Melezlik mültipleks bir yapıdır ve genellikle biyoloji alanında kullanılmaktadır. Bu kavram yeni gibi gözükse de sadece biyoloji alanında değil farklı kültürlerin mitlerinde kendisini fazlasıyla göstermektedir. Özellikle yarı insan, yarı hayvan görünümünde olan varlıklar bunun en somut örneklerindendir. Türlerde ki bu karmaşık yapı başlangıçta alışılmışın dışında değerlendirilmiş, zamanla yeni türlerin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Tüm bu süreç "saflık" (temizlik, arılık) tanımının da biricikliğini kaybetmesine ve hibrit bir yapının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Öte yandan; sanatın da birçok alanında değişen ve dönüşen bir süreç içerisine girmesi ile birlikte kültürler ve disiplinlerde iç içe geçmeye başlamıştır. Özellikle Güncel sanat içerisinde pek çok sanatçı hibritleşme üzerine bir yaratım sürecine girmiştir. Araştırma kapsamında; melezlik tanımı ayrıntılı bir şekilde ortaya konulmaya çalışılmış, temsili sanatçılar ve yapıtları üzerinden görsel analizler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler Sanat, Çağdaş Sanat, Hibritleşme, Metamorfoz.

HYBRIDIZATION IN ART (ON METAMORPHOSIS)

Abstract

The word origin corresponds to the Latin word "Hibrida" and is used in many cultures in the sense of something mixed up. In other words, it can be expressed as two different states intertwining and forming a new Whole. Hybridization is a multiplex structure and is often used in the field of biology. Although this concept may seem new, it is very much manifested not only in the field of biology, but also in the myths of different cultures. Especially half-human, half-animal beings are one of the most concrete examples of this. This complex structure of the species was initially considered unorthodox, and eventually

[33] Tam metin yazımı yazar etki oranı: 1.yazar

[34] Dr. Didar Ezgi Özdağ, Bodrum Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik Bölümü, ezgiozdag@mu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-3126-4485

laid the groundwork for the formation of new species. All this process has caused the definition of "purity" (cleanliness, beekeeping) to lose its uniqueness and the emergence of a hybrid structure. On the other hand, with the introduction of art into a changing and transforming process in many areas, cultures and disciplines have begun to intertwine. Many artists, especially in contemporary art, have entered a process of creation on hybridization. The scope of the research; the definition of hybridity was tried to be explained in detail, visual analysis was made through representative artists and their works.

Keywords: Art, Contemporary Art, Hybridization, Metamorphosis.

GİRİŞ

İçinde yaşadığımız çağ hızla değişmektedir. Bu değişim ile birlikte alternatif yaklaşımlarda kendisini göstermeye başlamıştır. Küreselleşen dünyada özellikle kimlikler bir başkalaşım içerisindedir. Kimliklerin etkileşimi sonucunda ise kozmik bir yapı ortaya çıkmıştır. Ve bu da büyük ölçüde hibrit (melez) kavramını doğurmuştur. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük"e göre "melezlik" kavramı, botanik (biyoloji) ve hayvan-insan için kullanılmasının yanı sıra, bir de mecaz anlamıyla kullanılmaktadır: bu kavram biyolojide; "değişik türden hayvan veya bitkiden üremiş (hayvan veya bitki), kırma, azma, hibrit, metis"; insan için, "değişik ırkta ana babadan doğmuş olan (kimse)" ve mecaz anlam olarak da "katışık, karışık" şeklinde tanımlanır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2016)

Bütünleşik kültürel kodlar yeni ve benzersiz olmanın peşindedir. Marshall melezliğin en önemli özelliğinin ırksal ve etnik kimlikler açısından, kimliklerin saf olmadığı ve karışım, kaynaşma ve iç içe geçmenin bir sonucu olduğunu söylemektedir (1999, 406). Yani iki farklı türün bir araya gelerek birbirlerini nötrlemek yerine yeni bir oluşuma zemin hazırlamaları "hibritleşme (melezliğin) dayanak noktasıdır. Bu doğrultuda; iki farklı durumun kesişmesi anlamındaki arada olma (in between) kavramı yeni durumu "iki durumda ayrı özellikleri taşıması" ile açıklayabilir. Lablantine ve Nouss'un (2010), değindiği gibi; arada olma bir ergime, kaynaşma (füzyon) değildir; ancak karşılaşmadır, diyalogdur.

Günümüzde hem kültürel hem de sanatsal açıdan "saf" kalma durumu disiplinler arası yaklaşımın yaygınlaşması sonucunda yerini zengin bir harmoniye bırakmıştır. İnsanın olduğu her yerde ve insanı ilgilendiren her tür faaliyette; sanatta, eğitimde, edebiyatta, bilimde, ekonomide ve teknolojide kültürlerin böylesi hızlı bir biçimde kaynaşıyor olması sonucunda küresel bir görsel kültür yapılaşmasına katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, Leppert'ın görsel 167 kültürü hem televizyon, sinema, müzik klipleri, bilgisayar teknolojisi, alışveriş merkezleri, reklamlar, dergiler ve gazetelerin yarattığı imgeleri içine alırken, hem de resim, çizim, heykel, mimari, film ve buna benzer şeyleri kapsamaktadır (Uysal, 2011).

SANATTA HİBRİTLEŞME

Sanatın bütün disiplinlerinde yer alan sanatçılar için, tarih boyunca yeni ve orijinal olanı aramak önemli bir hale gelmiştir. Sanatçılar bu arayış içerisinde estetik açıdan özgün olanı elde etmek için birçok yeni yönteme veya söyleme başvurmuşlardır. (Demirel, 2013). Sanatta Hibritleşme de (Melezleşme) bilim, teknoloji, savaşlar, psikoloji ve sosyolojinin de etkisi vardır.

20. Yüzyıl Sanat anlayışı aklın hizmetine yönelik olarak şekillenmiştir. Duchamp satın aldığı bir pisuarın üzerine R. Mutt 1917 yazmış ve izleyiciye sunmuştur. Başlangıçta yoğun eleştiriler alan ve sanat nesnesi olarak kabul edilmeyen bu çalışma günümüzün ikonik bir öğesi haline gelmiştir.



Resim 1. Çeşme, Duchamp, "Çeşme"

Günümüzde disiplinler arası anlayışı içerisinde sanatçının yapıtını oluştururken ne tür bir malzeme kullandığı ya da onu nasıl kullandığından çok, eserin kavramsal boyutu, ne anlattığı, nasıl anlattığı, hissettirdiği önem kazanmaktadır. Sadece el işçiliğini konuşturan zanaatçı kimliğini; tasarlayan, düşünen ve düşündüren yaklaşım, yerini tasarladığını en uygun hangi malzemeyle dile getirebileceğini sorgulayan bir sanatçı kimliğine bırakmıştır. Günümüz sanatına bakıldığında video sanatı, dijital sanat, şehir sanatı ve birçoğu isimlerinde disiplinler arası bilgiyi barındırmaktadır (Kara, 2003).

Sanattaki başkaldırının temsili olan Dada akımı da çağdaş sanatta benzersiz deneyimlerin kapısını aralamıştır. Geleneksel estetik anlayışın değişikliğe uğraması ise yeni görme biçimlerini doğurmuştur. Yine galeri, müzeler gibi alışıldık mekanların yerine izleyici ve mekân arasında ki sınırları ortadan kaldıran yaklaşımlarda sanatın hareket alanını genişletmiştir. Dolayısıyla yalnızca görsel anlamda değil, kavramsal anlamda da hibrit bir yapı ortaya çıkmıştır. Güncel sanat pratiklerinde biçimsel ve kavramsal bir birlikteliği benimseyerek yapıtlar ortaya koymaya başlamışlardır. Örneğin;

Nam June Paik



Resim 2. Nam June Paik, Techno Buddha, 1994

Televizyonu bir sanat nesnesine dönüştüren sanatçı monitörlerin işlevlerini değiştirmiştir. Nam June Paik, performans sanatından yorulduğu ve ekonomik problemler yaşadığı bir dönemde ses objeleri yapmaya ve televizyona ilgi duymaya başlamıştır. Sanatçı, bu enstalasyonu, Wuppertal kentinde Galeri Parnas'da sergilemiştir. Paik önceleri buna "elektronik televizyon sanatı" demiştir. Sonrasında yapmış olduğu iki gösteri de beklediği ilgiyi görünce yalnızca televizyonla ilgili çalışmalar yapmaya karar vermiştir (Beyaz, 2016). Paik'in yaptığı videolu işlerinden sadece biri olan bu çalışmasında, bilgisayar ekranı üzerine konumlandırılmış video kayıt cihazı karşısında, kulağında bilgisayar bağlantılı bir telefonla duran Buda görüntülü konuşma yapar durumda ifade edilmiştir. Burada Paik'in söylediğinden çok daha fazlasını, ortaya koyduğu iş anlatmaktadır. Buda'nın ekranda ne gördüğü imkânsız olsa da Buda ve ekran birbirleri ile iletişim içerisindedir. Burada eski ile yeninin bir karşılaştırması ortaya konulmuştur. Buda eski dünyanın, bilgisayar ise yenidünyanın bilgeleri olarak temsil görevi üstlenmiştir (Grabarz, 2010).

Nick Cave



Resim 3. Nick Cave, 2009

Sanatta Hibritleşme yalnızca plastik sanatlarda değil moda dünyasında da çarpıcı etkilerle karşımıza çıkmaktadır. Sanatçının hem Afrika kostümleri hem de Paris'in yüksek modasını çağrıştıran bu tasarımları ırk, cinsiyet, sınıf ayrımı gibi kavramları yok saymaktadır. Bugünün dünyasında kimlik en belirleyici unsurlardan birisidir. Kimliğe yüklenen anlamlar ise farkında olarak ya da olmayarak kişinin kendisini nasıl gördüğünü, toplum içinde nerede durduğunu veya toplumun bireyi algılama biçimini ortaya koymaktadır. Kısacası "kimlik " bireyin tüm özelliklerini içine almaktadır. Cave, yapıbozumcu bir yaklaşımla işte bu kimliği yerle bir etmektedir.

Antoine Helbert



Resim 4. Antoine Helbert**,** Hybrides, 2013

Sanatta hibritleşme (melez) aslında mitlerde de karşımıza sıklıkla çıkmaktadır. Yarı insan, yarı hayvan formunda ki bu canlılar günümüz sanatçılarına da ilham olmuştur. Helbert 'in kadınları ve kuşları birleştirdiği illüstrasyon serisi iki farklı türün bir araya getirildiği çarpıcı örneklerdir. Sanatçının 2008 yıllarına uzanan çalışmaları ise Fransa'da piyasaya sürülen alkolsüz bir içecek firması tarafından kullanılmıştır. Sanatçı melez formlarında müstehcen bir anlatım dili kullanarak sadece formlar ile değil aynı zaman da altında yatan anlamlar ile de bir ürünü alışılmışın dışında alıcıya sunmuştur.

Naoto Hattori



Resim 5. Naoto Hattori, Mind Gazing, 2015

Hattorinin kendisine inşa ettiği dünya oldukça sürrealisttir. Bu olağanüstü bir kurguyla inşa edilen dünyada tuhaf olarak adlandırabileceğimiz varlıklar dikkati çekmektedir. Sanatçının melez yaratıkları çoğunlukla biçimleri bozulmuş, insan- hayvan veya hayvan- bitki formlarının birer karışımdır. Figürlerin bakışları rahatsız edici derece tasarlanmış, aynı zamanda bu yapıbozum imgeler psikolojik sınırları da zorlar niteliktedir. Hattorinin insan zihninin derinliklerine ilişkin yorumları sürekli hareket halinde olan "düşünce akışı"nada göndermelerde bulunmaktadır.

Jenny Holzer



Resim 6. Jenny Holzer**,** 2019

Reklam panolarından yola çıkarak farklı bir ifade biçimi geliştiren günümüz önemli sanatçılarından Amerikalı Jenny Holzer, metne dayalı Dil, Kurulum ve Kamusal Sanat'ı bütünleştiren melez işleri ile tanınan kavramsal bir sanatçıdır. Holzer, kamuya açık alanlarda mimari ve reklamcılık üzerine fikirler sunan kelimeleri projeksiyon ve led ışıkları kullanarak yansıtır. Çalışmaları genellikle izleyiciye mesajlar veren çok güçlü bir ifadeye sahiptir. Çalışmalarını projelendirir, bastırır ve sergiler; reklam panoları, tezgahlar, tişörtler, duvarlar ve kent mimarisini metinlerini sunmak için kullanır. Holzer mesajlarında seyirciye post modern tecrübesini yansıtan rahatsız edici sorunları, siyasi görüşleri ve kişisel mesajları içeren metinler sunar ve asıl iş, sunulan mesaj olarak değerlendirilebilir. Holzers'ın çalışmasının gücü, sunum, metin, sembolizm ve malzemeler gibi birçok unsur anlam oluşturmak için bir araya geldiğinde gerçekleşir (Kaya, 2017).

SONUÇ

Günümüz sanatını okuyabilmek için sanatçının düşsel yolculuğuna tanıklık etmek, göstergelerini okuyabilmek gerekmektedir. Birçok algının açık olduğu ve farklı disiplinler içerisinde değerlendirilecek bir yaklaşım ise en doğru sonuca ulaşmayı sağlayacaktır. Çok katmanlı bir yapı gibi düşünüldüğünde sanat derinlikli bir bütünlük içerisindedir. Bu bütünlük, farklı parçaların (tiyatro, resim, heykel, müzik vb.) bir araya gelmesi ile yeni bir form oluşturabilmektedir. En az iki farklı disiplinin bir araya gelmesi ile ise "saf" olmayan, hibrit bir yapı oluşmaktadır. Tek bir sanat disiplini ile açıklanamayan bu yapı başlangıçta karmaşık gibi gözükse de , içerik anlamında oldukça zengindir. Sanatın 19. Yüzyıldan günümüze kadar uzanan yolculuğunda teknolojinin gelişmesi ve sanatçıların yeni deneyimler edinmek istemeleri hibrit yapıların temelini oluşturmuştur. Hazır nesne kullanımı ve altında yatan anlamlar yeni üsluplar doğurmuştur. Bu bağlamda homojen ve heterojen karışımlar sanatın her alanında var olmaya başlamıştır. Yine sergileme alanlara ilişkin dönüşümler de hibrit oluşumun alt basamaklarından birisini oluşturmaktadır.21. Yüzyıl ile birlikte çağdaş sanatın geleneksel olandan kurtulması ve tabuları yıkma süreci varlığını hala devam ettirmektedir. Günden güne değişen sanat pratikleri uzun vadede karşılacağımız nice yeni oluşumların habercisi niteliğindedir. 22. Yüzyıl ile birlikte teknolojinin giderek gelişmesi ve yapay zeka gibi faktörlerin de devresi girmesi ile birlikte sanatta hibritleşme (melezlik) kavramı da değişmeye ve dönüşmeye devam edecektir.

KAYNAKÇA

Demirel, E. (2013). Müzikte Postmodernizm. *NWSA-Fine Arts*, D0141, ***8*** (4), 379-388.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü (Çev.: O. Akınhay ve D. Kömürcü).* Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Lablantine, F. ve Nouss A. (1997). Metisaj; *Melezlenme*, Çev: Sevgi Türker Terlemez, Epos.

Kara, D. (2003). Sanat Eğitiminde Disiplinler Arası Sanat. *Yapı Mimarlık ve Kültür Sanat*, (260), 108–109

Uysal, A. (2011). Görsel Kültürün ve Sosyo-Kültürel Olgularin Öğrenci Resimlerindeki İmgelere Etkiler. *Akademik Bakış Dergisi*. (24), 1–20. http://www.akademikbakis.org.

Grabarz, W. (2010). http://enchanteddonkey.blogspot.com.tr/2010/03/nam-june-paik.html (17.09.2021).

Beyaz Görenek, G. (2016). Nam June Paik ve Onun Tabula Rosa'sı : Video. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, *8* (29), 1-16.

GÖRSEL KAYNAKÇA

Resim 1: "Çeşme" Duchamp Tarafından Yaratılmadı! - Sanatatak,

Resim 2: Nam June Paik - Techno Buddha (arthur.io)

Resim 3: Nick Cave fans are gonna love this pint glasses for beer (spiritshunters.com)

Resim 4: Antoine Helbert: Hybrids in Fine Art and Advertisement | The Artist Bestiary (wordpress.com)

Resim 5: Naoto Hattorı » Hıghlark // Raise Your Own Flag

Resim 6: In a Moving Public Art Project, Jenny Holzer Will Project Firsthand Accounts of Gun Violence Onto Rockefeller Center (artnet.com)

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN ÖZ DENETİM BECERİLERİNİN FARKLI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Ali GÖKALP[35] - Nail DEĞİRMENCİ[36]

Öz

Bu araştırmanın amacı, ortaokul öğrencilerinin öz denetim becerilerinin cinsiyet, günlük internet kullanımı, günlük televizyon izleme ve sınıf değişkeni açısından incelemektir. Betimsel tarama modeline uygun olarak yapılandırılan araştırmanın çalışma grubunu 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Şanlıurfa ili Birecik ilçesinde, kolay örnekleme yoluyla seçilmiş beş farklı ortaokulda 5, 6 ve 7. sınıfta öğrenimlerine devam eden toplam 388 ortaokul öğrencisi oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak Gökalp ve İnel (2021) tarafından geliştirilen 7 madde ve tek boyuttan oluşan "Öz denetim Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırmada Cronbach Alfa iç güvenirlik katsayısı .70 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen veriler betimsel istatistiklerden yüzde ve frekans, fark testlerinden bağımsız gruplar için t testi ve tek yönlü varyans analizine tabi tutulmuştur. Verilerin analizinde ise SPSS 22 paket programından faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda; öğrencilerin günlük internet kullanma, televizyon izleme ve sınıf değişkenleri açısından öz denetimlerinde istatistiksel anlamda fark görülmezken; cinsiyet değişkenine göre kız öğrenciler lehine anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Öz denetim, Sosyal Bilgiler, Ortaokul Öğrencileri, Tarama

EXAMINATION OF THE SELF-CONTROL SKILLS OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS IN TERMS OF DIFFERENT VARIABLES

Abstract

The aim of this research is to examine the self-control skills of secondary school students in terms of gender, daily internet use, daily television watching and grade variables. The study group of the research, which was structured in accordance with the descriptive sur-

[35] Tam metin yazımı yazar etki oranı: 1.yazar: %50, 2. yazar: %50.

Dr. Ali Gökalp, Eğitim Fakültesi, Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı, gökalpali_1984@hotmail.com, Ocrid: 0000-0002-3301-8392
Nail Değirmenci, Eğitim Fakültesi, Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı, naildegirmenci1@gmail.com Ocrid: 0000-0001-7537-7345

vey model, was composed of consisted of a total of 388 secondary school students attending the 5th, 6th and 7th grades in five different secondary schools selected by easy sampling in the Birecik district of Şanlıurfa in the 2020-2021 academic year. The "Self-Control Scale" consisting of 7 items and one dimension, developed by Gökalp and İnel (2021), was used as the data collection tool. In the study, the Cronbach Alpha internal reliability coefficient was calculated to be .70. The obtained data were subjected to percentage and frequency, among descriptive statistics, and independent samples t-test and one-way analysis of variance, among the difference tests. SPSS 22 software was used in the analysis of the data. As a result of the research, there was no statistical difference in the self-control of students in terms of daily internet use, watching television and grade variables and it was concluded that there was a significant difference in favor of the female students in terms of the gender variable.

Keywords: Self-control, Social Studies, Secondary School Students, Survey

GİRİŞ

Öz denetim, kişinin tepkilerini sınırlayabilmesi ya da düzenleyebilmesinin yanı sıra hoş görülmeyen davranışlarından da kaçınabilmesidir. Kişinin içinde bulunduğu dünyaya adapte olabilmesi, davranışlarını ve tepkilerini düzenleyebilmesi ve bu çerçevede kendisini değiştirebilme ve uyarlama kapasitesi olarak tanımlanabilir (Duyan, Gülden ve Gelbal, 2012). Bu sebeple öz denetim becerisi bireyin kişisel gelişimindeki en önemli unsurlardan biri olarak görülmektedir. Öte yandan özdenetim kapasitesi bireyler arasında farklılık gösterebilmektedir. Mesela bazı bireylerin diğerlerine göre sinirlerine daha fazla hâkim olması, verilen işleri veya toplum içindeki ödevlerini gerçekleştirmek için gösterdiği kararlılık, sır saklayabilmeleri gibi durumlarda öz denetim düzeyi yüksek olan bireyler diğerlerine nazaran daha iyi olabilmektedir (Tangney, Baumeister ve Boone, 2008). Eğer bireylerin kendi öz denetimleri yani içlerinden gelen dürtü ve istekleri dizginleyebilme yetenekleri olmasaydı insanlık bugüne kadar gerçekleştirmiş olduğu birçok şeyi yapamayabilirdi (Tullett ve Inzlicht, 2010). Bundan dolayı bireylerin sağlıklı öz denetim mekanizmasına sahip olmaları önemlidir. Bu mekanizma bireyin doğumundan itibaren içinde bulunduğu toplumun değerlerinin de etkisiyle aileden almış olduğu eğitimin yanı sıra eğitim-öğretim safhasında doğru eğitim planlamasıyla sağlıklı bir şekilde gelişeceği düşünülmektedir. Dolayısıyla öz denetimin bireye en fazla katkı yaptığı alan olarak eğitim gösterilebilir. Özellikle sosyal bilgiler öğretim programında temel beceriler ve kök değerler arasında yer alan öz denetim becerisinin öğretimi oldukça önemli bir konu olarak görülmekte ve 4. Sınıf "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" ünitesinin yanı sıra 5. Sınıf "Bilim, Teknoloji ve Toplum" ünitelerinde doğrudan öz denetim becerisinin öğrencilere kazandırılması hedeflenmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2018).

Öz denetim ile ilgili literatür incelendiğinde, Can ve Öztürk (2018) tarafından yapılan çalışmada müzik öğretmeni adaylarının öz denetim düzeylerinin cinsiyet ve kişisel çalgı değişkenleri bakımından anlamlı bir fark göstermediği bulunmuştur. Ulaş, Epaçan, Sökmen ve Yasul'un (2015) sınıf öğretmeni adaylarının öz denetim beceri düzeyleri ile üst bilişsel farkındalık düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğunu ve öz denetimin, üst bilişi yordadığı sonucuna ulaşmışlardır. Yakut (2019)'un ele almış olduğu çalışmada ise, üniversite öğrencilerinin öz denetim becerilerinin, iletişim araçları ile ilgilenme süresi, yaşamı anlamlı bulma ve hayatında dini temel alma gibi değişkenlerin özdenetim üzerinde anlamlı bir fark yarattığı ancak cinsiyet, yaşadığı yer ve barınma yeri gibi değişkenlerin öz denetim üzerinde etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Akkuş-Çutuk (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada üniversite öğrencilerinin öz denetim ve internet bağımlılığı arasındaki ilişkinin negatif yönde, anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra öz denetimin internet bağımlılığının yordayıcısı durumunda olduğu belirlenmiştir. Özgül (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise lise öğrencilerinin öz denetim düzeylerinin; sınıf düzeyi, cinsiyet, ailenin gelir durumu, okul türü ve anne babanın eğitim düzeyi değişkenlerine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öz denetim becerisinin tanım olarak bireyin kendisini sınırlayabilme ve düzenleme yetisi olduğu düşünüldüğünde günümüz teknoloji çağının olumsuz getirileri olarak görülebilecek televizyon izleme ve internet kullanma alışkanlıklarının ortaokul düzeyindeki öğrenciler üzerindeki etkilerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Ayrıca ilgili literatür incelendiğinde sosyal bilgiler alanında benzer çalışmaya rastlanılmamış olması sebebiyle konu hakkında yapılacak ileriki çalışmalara rehberlik edebileceği düşünülmektedir. Bu nedenlerle ele alınan çalışmanın amacı; ortaokul 5, 6 ve 7.sınıf öğrencilerinin öz denetim becerilerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi olarak belirlenmiştir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara (alt problemlere) yanıt aranmıştır:

1) Ortaokul 5, 6 ve 7.sınıf öğrencilerinin ölçekten aldıkları ortalama puanlara göre öz denetim becerileri ne düzeydedir?

2) Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre ölçekten aldıkları puanlar anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

3) Araştırmaya katılan öğrencilerin günlük internet kullanma değişkenine göre ölçekten aldıkları puanlar anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

4) Araştırmaya katılan öğrencilerin günlük televizyon izleme değişkenine göre ölçekten aldıkları puanlar anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

5) Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf düzeyi değişkenine göre ölçekten aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?

YÖNTEM

Araştırma, nicel araştırma desenlerinden betimsel tarama modeline uygun olarak yapılandırılmıştır. Betimsel tarama araştırmalarında, bir grubun belirli özelliklerini belirlemek için verilerin toplanmasını amaçlanır (Büyüköztürk, vd., 2017).

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, 2020-2021 eğitim-öğretim yılı Şanlıurfa ili Birecik ilçesinde, kolay örnekleme yoluyla seçilmiş beş farklı ortaokulda 5, 6 ve 7. sınıfta öğrenimlerine devam eden toplam 388 ortaokul öğrencisi oluşturmaktadır. İlgili literatürde de bahsedildiği üzere öz denetimin alışkanlıklar üzerinde etkili bir beceri olduğu görülmüş ve bu doğrultuda çalışma grubunda yer alan öğrencilerin günlük internet kullanımı ve televizyon izleme gibi kişisel özelliklerinin bilinmesine ihtiyaç duyulmuştur. Böylelikle çalışma grubunda yer alan öğrencilerin kişisel bilgileri tespit edilerek Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Çalışma Grubuna İlişkin Kişisel Bilgiler

Değişken	Kategori	f	%
Cinsiyet	1.Kız	215	55.4
	2.Erkek	173	44.6
	Toplam	388	100
Sınıf düzeyi	1.5.sınıf	126	32.5
	2.6.sınıf	151	38.9
	3.7.sınıf	111	28.6
	Toplam	388	100
Günlük İnternet Kullanımı	1.Hiç	79	20.4
	2. İki saatin altında	233	60.2
	3. İki saat ve üzeri	75	19.4
	Toplam	387	100

Günlük TV izleme	1.Hiç	73	18.8
	2. İki saatin altında	214	55.2
	3. İki saat ve üzeri	101	26.0
	Toplam	388	100

Tablo 1 incelendiğinde, çalışma grubunda yer alan öğrencilerin cinsiyet değişkeni bakımından dengeli dağıldığı, sınıf düzeyi değişkeni açısından ise 6.sınıfların diğer şubelere göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin yarıdan fazlasının günde iki saatin altında internet kullanmakta ve televizyon izlemektedir.

Veri Toplama Aracı

Araştırma verileri, Gökalp ve İnel (2021) tarafından ortaokul öğrencileri için geliştirilen tek faktörlü ve 7 maddeden oluşan "Öz denetim Ölçeği" ile toplanmıştır. Ölçekteki maddeler "Bana hiç uygun değil=1, Bana biraz uygun=2, Bana oldukça uygun=3, Bana tamamen uygun=4" olacak şekilde 4'lü likert tipinde puanlanmıştır. Ölçekte olumsuz madde yer almamıştır. Ölçekteki herhangi bir sorudan 1 puan alan öğrencinin öz denetimi düşük, 4 puan alanın ise yüksek anlamı taşımaktadır. Ayrıca ölçeğin orijinal halinde Cronbach's alfa değerinin .73 hesaplandığı, maddelerin toplam varyansı açıklama oranının %38 olduğu ve model uyum değerlerinin mükemmel ölçütler arasında yer aldığı görülmüştür. Bu çalışmada ise Cronbach alfa iç güvenirlik katsayısı .70 hesaplanmıştır. Bu değerin George ve Mallery'e (2010) göre iyi ölçüt değer olan $0.7 \leq \alpha < 0.9$ aralığında olması dolayısıyla ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Veri Analizi

Araştırma verilerin analizine geçilmeden önce veri setinde kayıp veri olup olmadığına bakılmış ve kayıp verilerin olduğu tespit edilmiştir. Kayıp verilerin sistematik olarak dağılım gösterip göstermediğine ilişkin olarak "EM" testi yapılmış ve dağılımın anlamlılık derecesinin (p=.25) olduğu görülmüştür. Bu bulgu, kayıp verilerin random (rastgele) dağıldığını göstermektedir. Buradan hareketle kayıp veriler, yaklaşık değer atama yöntemlerinden serilerin ortalaması ile atanmıştır. Bu yöntemde, tüm katılımcıların belirli bir değişkene ilişkin yanıtlarının ortalaması esas alınır (Çokluk ve Kayri, 2011). Ardından verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin bilinmesi adına, çarpıklık ve basıklık değerleri kontrol edilmiştir. Çarpıklık katsayısının -.81, basıklık katsayısının ise .74 ol-

duğu görülmüştür. Bu değerlerin Tabachnick ve Fidell'e (2012) göre, -1.5 ile +1.5 arasında olması verilerin normal dağılım gösterdiğine işaret eder. Böylece verilere parametrik testler uygulanmıştır. SPSS 22 paket programından yararlanılarak betimsel istatistiklerden yüzde ve frekans; fark testlerinden bağımsız gruplar için t-Testi ve tek yönlü varyans analizi (Oneway ANOVA) istatistikleri kullanılarak veriler analiz edilmiştir.

BULGULAR ve YORUM

Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Araştırmanın birinci alt problemi "Ortaokul 5, 6 ve 7.sınıf öğrencilerinin tüm ölçekten aldıkları ortalama puanlara göre öz denetim becerileri ne düzeydedir?" sorusudur. Problemin çözümü için sınıf düzeylerine göre betimleyici istatistikler yapılmıştır. Ortalamaların yorumlanabilmesi adına (Puan aralığı = en yüksek değer / 3) formülü kullanılarak 1.33 puan aralığı hesaplanmıştır. Buna göre 1.33 ve altı düşük, 1.34 – 2.66 arası orta ve 2.67 – 4.00 arası ise yüksek şeklinde yorumlanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Ortaokul 5, 6 ve 7.Sınıf Öğrencilerinin Öz denetim Düzeyleri

Ölçek	Sınıf Düzeyi	N	$\bar{X}$	Ss
Öz denetim	5.sınıf	126	3.27	.55
	6.sınıf	151	3.32	.52
	7.sınıf	111	3.27	.50
	Toplam	388	3.29	.52

Tablo 2 incelendiğinde, sınıf düzeylerine göre ölçekten aldıkları ortalama puanlarına bakıldığında öğrencilerin öz denetim becerilerinin 2.67 ve üzerindedir. Bu bulgu, öğrencilerin yüksek öz denetim becerisine sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir.

İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Araştırmanın ikinci alt problemi "Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre, ölçekten aldıkları puanlar anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?" sorusudur. Problemin çözümü için bağımsız gruplar için t-Testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyet Değişkenine Göre Öz denetim Puanlarının Karşılaştırılması İçin t-Testi Sonuçları

Ölçek	Grup	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	t	p
Öz denetim	Kız	215	3.34	.49	386	2.02	.04
	Erkek	173	3.23	.56			

Tablo 3 incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre ölçekten aldıkları ortalama puanlarının farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin yapılan bağımsız gruplar için t-Testi sonuçlarına göre, öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre, aldıkları ortalama puanlar anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($t_{(386)=}$ 2.02, $p<.05$). Farklılığın ise kız öğrenciler lehine olduğu görülmektedir ($\bar{X}$ = 3.34). Bu bulgu, kız öğrencilerinin erkek öğrencilere göre daha öz denetimli olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Araştırmanın üçüncü alt problemi "Araştırmaya katılan öğrencilerin günlük internet kullanma sürelerine göre ölçekten aldıkları puanlar anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?" sorusudur. Problemin çözümü için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Günlük İnternet Kullanma Süresi Durumuna Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Ölçek	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Fark
Öz denetim	Gruplararası	.72	2	.36	1.30	.27	-
	Gruplariçi	105.99	384	.27			
	Toplam	106.71	386				

Tablo 4'deki tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre, öğrencilerin günlük internet kullanma süreleri durumlarına göre aldıkları puanların farklılaşmadığı görülmüştür ($F_{(2-384)}$=1.30; p>.05). Bu bulgu, günlük internet kullanma süreleri durumlarının araştırmaya katılan öğrencilerin öz denetim puanlarını değiştirmediği şeklinde yorumlanabilir.

Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Araştırmanın dördüncü alt problemi "Araştırmaya katılan öğrencilerin günlük TV izleme sürelerine göre ölçekten aldıkları puanlar anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?" sorusudur. Problemin çözümü için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Günlük TV İzleme Süresi Durumuna Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Ölçek	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Fark
Öz denetim	Gruplararası	.64	2	.321	1,16	.31	-
	Gruplariçi	106.39	385	.276			
	Toplam	107.03	387				

Tablo 5'teki tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre, öğrencilerin günlük TV izleme süreleri durumlarına göre aldıkları puanların farklılaşmadığı görülmüştür ($F_{(2-385)}$=1.16; p>.05). Bu bulgu, günlük TV izleme süreleri durumlarının araştırmaya katılan öğrencilerin öz denetim puanlarını değiştirmediği şeklinde yorumlanabilir.

Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Araştırmanın beşinci alt problemi "Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf değişkenine göre ölçekten aldıkları puanlar anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?" sorusudur. Problemin çözümü için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Sınıf Değişkenine Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Ölçek	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Fark
Öz denetim	Gruplararası	.21	2	.10	.38	.68	-
	Gruplariçi	106.81	385	.27			
	Toplam	107.03	387				

Tablo 6'daki tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre, öğrencilerin sınıf değişkenine göre aldıkları puanların farklılaşmadığı görülmüştür ($F_{(2\text{-}385)=}.38$; $p>.05$). Bu bulgu, öğrencilerin sınıf düzeylerine göre öz denetimlerinin benzer olduğu şeklinde yorumlanabilir.

SONUÇ

Bu araştırmada ortaokul öğrencilerinin öz denetimlerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda toplanan verilerin analizleri sonucunda ortaokul öğrencilerinin öz denetim puanlarının yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Cinsiyet değişkenine göre bakıldığında, kız ve erkek öğrencilerin öz denetimlerinde anlamlı farklılık olduğu ve bu farklılığın da kız öğrenciler lehine olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle, çalışma grubunda yer alan kız öğrencilerin daha öz denetimli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmada öğrencilerin sınıf düzeyi, günlük internet kullanma ve TV izleme süreleri değişkenleri açısından öz denetim puanlarında farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Öğrencilerin günlük internet kullanma ve TV izleme sürelerinin öz denetim puanlarını farklılaştırmadığı; 5, 6 ve 7.sınıf öğrencilerin benzer öz denetim puanlarına sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

Akkuş-Çutuk, Z. (2020). Üniversite öğrencilerinde öz denetim ile internet bağımlılığı ilişkisi. *Trakya Eğitim Dergisi*, *10*(3), 854-863.

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, K. E., Akgün, E. Ö., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri.* (23. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Can, A. A., & Öztürk, E. (2018). Müzik öğretmeni adaylarının öz-denetim düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, *7*(3), 2025-2038.

Çokluk, Ö., & Kayri, M. (2011). Kayıp değerlere yaklaşık değer atama yöntemlerinin ölçme araçlarının geçerlik ve güvenirliği üzerindeki etkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 11*(1), 289-309.

Duyan, V., Gülden, Ç., & Gelbal, S. (2012). Özdenetim ölçeği-ödö: Güvenilirlik ve geçerlilik çalışması. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*, *23*(1), 19-30.

George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. (10th ed.). Boston: Pearson.

Gökalp, A., & İnel, Y. (2021). Self-Control Scale: A validity and reliability analysis. In T. Çetin, Y. İnel & F. Gürgil (Eds.), The Pandemic Process and New Horizons in Educational Sciences (193-207 pp.). SRA.

MEB (2018). Sosyal bilgiler dersi öğretim programı (ilkokul ve ortaokul 4, 5, 6 ve 7. sınıflar), Ankara.

Özgül, O. (2017). *Lise öğrencilerinde öz denetim ve anne baba tutumu arasındaki ilişkinin bazı sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesi (Elazığ ili örneği).* Yüksek lisans tezi, Çağ üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2012). *Using multivariate statistics*. (6th ed.). New York: Pearson.

Tangney, P. J., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2008). High self-control predicts good adjustment, less Pathology, better grades and interpersonal success. *Journal of Personality*, *72*(2), 271-324.

Tullett, A. M., & Inzlicht, M. (2010). The voice of self-control: blocking the inner voice increases impulsive responding. *Acta Psychologica*, *135*, 252-256.

Ulaş, H. A., Epaçan, C., Sökmen, Y., & Yasul, A. F. (2015). Sınıf öğretmeni adaylarının öz denetim beceri düzeyleri ile üst farkındalık düzeyleri arasındaki ilişki. *Dil ve Edebiyat Eğitimi Dergisi*, 15, 134-148.

Yakut, S. (2019). Üniversite öğrencilerinde öz-denetim. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12*(65), 1409-1418.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM TARZI İLE BİLİNÇLİ TÜKETİM BOYUTLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Cansel OK [37]

Öz

Günümüzde bireysel tüketimin artmasıyla beraber tüketim alışkanlıklarımız da değişim göstermiştir. Tüketicinin, ihtiyaçları doğrultusunda tüketim davranışında bulunarak yaşam tarzına aktarması gönüllü sade yaşam tarzı olarak ifade edilmektedir. Bilinçli tüketici de aynı şekilde gerçek ihtiyaçlarını göz önüne alarak etik, sosyal sorumlu, çevreci bilinçli ve sade tüketim davranışında bulunmasıdır. Gönüllü sadelikle bilinçli tüketim gerçekleştiren bilinçli tüketicinin ortak amacı; tüketimi ihtiyaçlar dahilinde alabilmek, tüketim davranışında bulunurken çevreye ve toplum değerlerine önem vermek yer almaktadır. Bu iki kavram arasında bir ilişkinin varlığından söz etmek mümkün görünmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada, gönüllü sade yaşam tarzı ile farklı boyutlardaki bilinçli tüketim davranışlarının (etik tüketim, sosyal sorumlu tüketim, çevreci bilinçli tüketim ve sade tüketim) tüm unsurları ile ele alınarak aralarındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın verileri, seçkisiz olmayan, benzeşik örnekleme metodu yolu ile ulaşılan, Türkiye genelinde bilinçli tüketime ve gönüllü sade yaşam tarzı ilkeleri doğrultusunda kurulan Sivil Toplum Kuruluşlarından (STK), 40 kişiden (35 kadın, 5 erkek) toplanmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında; sosyo- demografik bilgi formu, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği (GSYTÖ) ve Bilinçli Tüketici Ölçeğinden (BTÖ) yararlanılmıştır. Bulgulara göre, GSYTÖ ve BTÖ arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (r =-,042; p>0,01). GSYTÖ ile cinsiyet (r =,186; p>0,01) ve yaş (r =-,181; p>0,01) arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. BTÖ ile yaş (r =-,220; p>0,01), ve cinsiyet (r =-,059; p>0,01) arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. GSYTÖ ile BTÖ'nün çevreci bilinçli tüketim (r = ,359; p<0,05) boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ancak BTÖ'nün etik bilinçli tüketim (r =-,189; p>0,05), sade tüketim (r =-,147; p>0,05) ve sosyal sorumlu tüketim (r =-,013; p>0,05) boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Gönüllü Sadelik, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı, Bilinçli Tüketim

[37] Cansel OK, İstanbul Medipol Üniversitesi, Pazarlama İletişimi ve Reklamcılık Yüksek Lisans, okcansel@hotmail.com Orcid: 0000-0001-6332-4633

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN VOLUNTARY SIMPLE LIFESTYLE AND CONSCIONS CONSUMPTION DIMENSIONS

Abstract

Today, with the increase in individual consumption, our consumption habits have also changed. The consumer's consumption behavior in line with his needs and transferring it to his lifestyle is expressed as a voluntary simple lifestyle. Conscious consumer, in the same way, taking into account their real needs, ethical, socially responsible, environmentally conscious and simple consumption behavior. The common goal of the conscious consumer, who realizes conscious consumption with voluntary simplicity; to be able to consume within the scope of needs, to give importance to the environment and social values while engaging in consumption behavior. It seems possible to talk about the existence of a relationship between these two concepts. Therefore, in this study, it is aimed to examine the relationship between voluntary simple lifestyle and conscious consumption behaviors in different dimensions (ethical consumption, socially responsible consumption, environmentally conscious consumption and plain consumption) by considering all elements. The data of the study were obtained from 40 people (35 women, 5 men) from Non-Governmental Organizations (NGOs) that were reached by non-random, homogeneous sampling method and established in line with the principles of conscious consumption and voluntary simple lifestyle throughout Turkey; has been collected. In the collection of research data; socio-demographic information form, Voluntary Simple Lifestyle Scale (VSLS) and Conscious Consumer Scale (CCS) were used. According to the findings, no significant relationship was found between the VSLS and CCS ($r = -.042$; $p > 0.01$). There was no significant relationship between the VSLS and gender ($r = .186$; $p > 0.01$) and age ($r = -.181$; $p > 0.01$). There was no significant relationship between CCS and age ($r = -.220$; $p > 0.01$), and gender ($r = -.059$; $p > 0.01$). A positive and significant relationship was found between the VSLS and the environmental conscious consumption ($r = .359$; $p < 0.05$) dimension of BBL, but ethically conscious consumption ($r = -.189$; $p > 0.05$), plain There was no significant relationship between the dimensions of consumption ($r = -.147$; $p > 0.05$) and socially responsible consumption ($r = -.013$; $p > 0.05$).

Keywords: Marketing, Voluntary Simplicity, Voluntary Simple Lifestyle, Conscious Consumer

GİRİŞ

"Gönüllülük" prensibine dayanan gönüllü sadelik akım bireyin ihtiyaçları dahilinde tüketmesine, yeniden kullanım ve dönüştürme faaliyetlerine önem vermesine dayanmaktadır. Bu akım tüketimden tamamen vazgeçmekten bahsetmemekte, sadece ihtiyaçlar odaklı tüketimde bulunmasını belirtmektedir (Banger, 2010; akt. Buğday, 2015). Gönüllü sadelik, sanayi toplumu öncesinde ortaya çıkmıştır fakat küreselleşmenin etkisi ve tüketim çılgınlığının mutluluğa neden olabileceği düşüncesiyle keşfedilememiştir (Özgül, 2011). İlk olarak, Richard Gregg 1936'da gönüllü sadelik kavramını: "Bireyin yaşamında anlamlı olmayan mallar yığınını yok etmesidir ve aynı zamanda dürüst, sade, samimi bir hayat felsefesidir" olarak kavramsallaştırmıştır (Demireli, 2014).

Gönüllü sadelik, bireylerin tutum ve davranışlarına göre yaşam tarzlarına yön vermesidir. Bireyler herhangi bir baskı altında olmadan gönüllü olarak çevreye duyarlı sade bir yaşam tarzına yönelmektedir (Özgül, 2010). Iwata (1997), gönüllü sade yaşam tarzını kendine yeterliliğe yönelik tutumları da içeren, düşük tüketim düzeyinin hâkim olduğu yaşam tarzı olarak ifade etmiştir.

Gönüllü sadeliğe yönelten nedenler; doğaya uyumluluk, yoksullar ile dayanışma, çevredeki bireyler ile kaynakları paylaşma, ekolojik yön, sağlığa yönelik kimyasalların azaltılması, maneviyat için zaman ayırma, ekonomik ve sosyal boyutlar yer almaktadır. Gönüllü sadelik yaşam tarzı olarak; tutumlu toplum, yeşil yaşam, ekolojik hayat, dengeli yaşam şeklindeki kavramları içine alarak önemli bir grubu oluşturmaktadır (Odabaşı, 2013; akt. Pir, 2019). Gönüllü sadelik belli demografik özelliklere sahip bireylerin benimsediği, teknolojinin istenmemesi, yoksulluğun benimsenmesi, ilkel davranmayla ilgili bir kavram değildir. Gönüllü sade yaşam tarzı büyük bir toplumsal olayı kapsamaktadır. Toplumsal olayı kapsaması ile gönüllü sadelik kavramı uygulamada tüketici davranışları, psikoloji, pazarlama gibi farklı disiplinler ile bağlantılıdır (Demireli, 2014). Gönüllü sadelik için geliştirilmiş olan Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği ile (GSYTÖ) planlı alışveriş, maddiyat, üründe sadelik ve kendine yeterlilik boyutları incelenmiştir.

Yaşam tarzı kavramı, ilk kez Max Weber tarafından kullanılmıştır. Yaşam tarzı, bireyin faaliyetleri, ilgi alanları ve düşünceleriyle dışa vurmuş olduğu yaşamının örüntüsüdür (Kotler, 1991; akt. Buğday, 2015). Yaşam tarzı dinamiktir çünkü toplumda meydana gelen ekonomik, sosyal, teknolojik ve kültürel değişimlerle beraber bireylerin yaşam tarzları etkilenmekte, bireylerin tercihleri ve zevkleri de zaman içerisinde değişim gösterebilmektedir. Bu değişim süreci de bireyin tüketim alışkanlıklarına yansımaktadır. Yaşam tarzı, bireyin tüketim davranışlarının anlaşılması için önemli bir faktördür (Solomon, 2003; Odabaşı ve Barış, 2003; akt. Buğday, 2015).

Bilinç, "farkındalık" olarak tanımlanabilmektedir (Tulving, 1985). Bilinç, bireyin kendini bilmesi, çevresinde gerçekleşen oluşumların ve olayların farkında olması bunu da akıl yoluyla anlayarak sonuçlar çıkarmasıdır (Eroğlu, 2012).

Bilinçli tüketim tüketicinin, evrensel haklarının bilincinde olması, doğal çevrede ve toplumda yaşayan başka canlılara olan sorumluluğunun da bilinciyle israf etmeden ihtiyaçlar dahilinde yaptığı tüketimdir (Özbölük, 2010). Diğer bir ifadeyle bilinçli tüketim aşırı tüketimden kaçınarak, gerçek ihtiyaçlar göz önünde bulundurularak tüketimin gerçekleştirilmesi olarak açıklanmaktadır. Bilinçli tüketim ve tüketici kavramları içerisinde etik boyut, sosyal sorumlu boyut, çevreci boyut, rasyonel boyut ve sade boyut yer almaktadır.

Etik, bireylerin yaşamları boyunca çok çeşitli karar vermeleri durumunda doğru seçimlere yönlendiren ilkeler olarak ifade edilebilir (Menekşe, 2008). Tüketim etiği kavramı, bireylerin ürünleri satın alma, elde etme, kullanma ve tüketme faaliyetlerinde onlara rehberlik eden ahlaki ilkeler, kurallar ve standartlar olarak tanımlanmaktadır (Muncy ve Vitell, 1992). Etik tüketim davranışı ise bireyin, tüketici haklarından seçme hakkını kullanırken etik olarak üretilen, topluma ve başka canlılara zarar vermeyen, ürün ve hizmetleri tercih etmesidir (Hekimci, 2010).

Sosyal sorumlu tüketiciler; satın alma kararlarında çevresel kaynaklar problemini göz önünde bulunduran ve tüketirken sadece ihtiyaçlarını karşılayan değil, tüketim davranışının çevre üzerindeki olumsuz etkilerini de düşünen, çevrelerinde yaşayan her canlının yaşam haklarına saygılı, sorunlarına duyarlı ve onların amaçlarını önemseyen bireyler olarak tanımlanmıştır (Antil, 1984; Webb vd., 2008; akt. Buğday, 2015). Sosyal sorumlu tüketiciler, aynı zamanda ürünü satın alırken, kullanırken ve kullandıktan sonra yok etme aşamasında ise bu davranışlarının toplumun üzerindeki zararlı etkilerini azaltmaya ve uzun dönemli faydalarını artırmaya çalışan bireylerdir olarak ifade edilmiştir (Buğday, 2015).

Çevre bilincinde olan tüketici; ürünün üretim koşulları, içeriği, ambalajı, kullanımı ve atıldıktan sonra çevre üzerindeki etki/etkileri hakkında bilgi edinerek satın almaya karar veren, tüketim davranışları sonucunda doğal çevre ve diğer canlılar üzerindeki etkilerini dikkate alan, bilgiye açık, dünya hakkında değişimleri takip eden ve tüm canlıların yaşam hakkına saygı duyan bireydir (Coddington, 1993, Karaca, 2013; akt. Buğday, 2015). Çevre bilinçli tüketim davranışı sadece çevre dostu ürün satın almaktan ibaret değildir. Toplumun iyiliği ve refahı için yaşanan kaygıların da bu davranış kapsamına girmektedir. Dolayısıyla çevre bilinçli tüketimin etik temelli bir davranış olduğunu söylemek mümkündür (Yaraş vd., 2011).

Rasyonel tüketiciler, ürün seçiminde yönlendirilmekten hoşlanmayan ve fırsat vermeyen, aldatıcı ve yanıltıcı reklamlara karşı bilinçli, örgütlenme bilinci taşıyan ve pazarı etkileyebilme gücünün farkında olan, hak ihlaline uğradığında çözüm odaklı hizmet alabileceği çözüm mekanizmalarına başvurarak hakkını arama konusunda istekli ve aktif olan bireylerdir (Hekimci, 2010). Rasyonel tüketici, istek ve ihtiyaç ayrımı yapan, elindeki kaynaklara göre ihtiyaçları doğrultusunda alışveriş yapan ve satın aldığı ürünün sağlıklı, güvenli, yasal ve çevresel açıdan uygunluğuna dikkat eden bireydir (Altıok ve Babaoğul, 2010).

Gönüllü sadelik ile bilinçli tüketim gerçekleştiren bilinçli tüketicinin ortak amacı; tüketimi ihtiyaçlar dahilinde alabilmek, tüketim davranışında bulunurken çevreye ve toplum değerlerine önem vermek yer almaktadır. Dolayısıyla bu iki kavram arasında bir ilişkinin varlığından söz etmek mümkün görünmektedir. Bilinçli tüketim ve tüketici kavramları literatürde kapsamlı olarak tanımları yapılmıştır. Bu tanımlamaların içerisinde etik boyut, sosyal sorumlu boyut, çevreci boyut, rasyonel boyut ve sade boyutunu kapsayan Bilinçli Tüketici Ölçeği (BTÖ) ile Gönüllü Sade Yaşam Tarzını (GSYT) ele alan ölçek ile arasında ilişkilerini incelemek amacıyla çalışma yapılmıştır.

Araştırmanın önemi, Özgül (2010) tüketicilerin değer ve yaşam tarzlarının ve gönüllü sade yaşam tarzının sürdürülebilir tüketim ile ilişkisini, Demireli (2014) tüketici yenilikçiliği (hazcı ve sosyal yenilikçilik) ve gönüllü sadelik arasındaki ilişkiyi, Gülmez (2006) yüksek öğrenim öğrencileri ile eğitim veren öğretim elemanlarının bilinçli tüketici olduklarını belirlemeye yönelik çalışmaları yapmışlardır. Araştırma, gönüllü sade yaşam tarzı ile bilinçli tüketici boyutları (etik tüketim, sosyal sorumlu tüketim, çevreci bilinçli tüketim ve sade tüketim) arasındaki ilişkinin incelenmesi ilk bu çalışma ile ele alınacaktır.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Bu araştırmada, gönüllü sade yaşam tarzı ile farklı boyutlardaki bilinçli tüketim boyutlarının (etik tüketim, sosyal sorumlu tüketim, çevreci bilinçli tüketim ve sade tüketim) arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla nicel araştırma modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Çalışma Grubu

Türkiye genelinde bilinçli tüketime ve gönüllü sade yaşam tarzı ilkeleri doğrultusunda kurulan Sivil Toplum Kuruluşlarından (STK), 40 kişiden (35 kadın, 5 erkek) toplanmıştır. Araştırmanın verileri, seçkisiz olmayan, benzeşik örnekleme metodu yolu ile gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırma çalışmalarına başlanılmadan önce etik kurulu onayı alınmıştır. Etik kurulu onayı alındıktan sonra ölçekler çevrimiçi form aracığı ile uygulanmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında; sosyo-demografik bilgi formu, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği (GSYTÖ) ve Bilinçli Tüketici Ölçeğinden (BTÖ) yararlanılmıştır.

Sosyo-Demografik Bilgi Formu: Katılımcıların cinsiyet, yaş ve öğrenim durumuyla ilgili sorularından oluşan bir formdur.

Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği (GSYTÖ): Özgül (2010) çalışmasında, Iwata (2006), Martinez ve Fraj (2006) ve Shama (1985) konu ile ilgili yaptıkları araştırmalarda kullandıkları ölçekler temel alınarak, Türk kültür yapısına uygunluğu açısından bazı değişiklikler yapılarak 19 maddelik bir ölçek geliştirmiştir. Planlı alışveriş, maddiyat, üründe sadelik ve kendine yeterlilik olmak üzere 4 boyuttan oluşmaktadır. 5'li Likert ölçeği (1) Kesinlikle katılmıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum kullanılmıştır. Yapılan araştırmada, GSYTÖ'den elde edilen verilere iç tutarlılık açısından bakıldığında ölçeğin Cronbach alfa değerinin α=.79 olduğu ve alt boyutlarının iç tutarlılıklarının ise .01 ile .80 arasında değiştiği görülmüştür.

Bilinçli Tüketici Ölçeği (BTÖ): Çevre bilinçli tüketim, etik tüketim, sade tüketim ve sosyal sorumlu tüketim olmak üzere 4 boyuttan ve 25 maddeden oluşmaktadır (Buğday, 2015). 5'li Likert ölçeği (1) Kesinlikle katılmıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum kullanılmıştır. Yapılan araştırmada, BTÖ'den elde edilen verilere iç tutarlılık açısından bakıldığında ölçeğin Cronbach alfa değerinin α=.74 olduğu ve alt boyutlarının iç tutarlılıklarının ise .03 ile .51 arasında değiştiği görülmüştür.

Verilerin Analizi

Kayıp veriler ve uç değerler açısından yapılan veri temizleme işlemi sonrası verilerin normal dağılıp dağılmadığı incelenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiye bakmak amacıyla önce normallik testi için Shapiro- Wilk (W) testi yapılmıştır. Sosyo-demografik bilgi formundaki yaş, cinsiyet, eğitim durumu yönelik cevapların analizi için betimsel istatistik kullanılmıştır. Normal dağılıma göre, sosyo-demografik bilgi formu, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği (GSYTÖ) ve Bilinçli Tüketici Ölçeği (BTÖ) toplam puanları ve GSYTÖ ile BTÖ'nün alt boyutları arasındaki ilişkiler için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Analizler SPSS 22.0 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR VE YORUM

Tablo 1. Katılımcıların sosyo-demografik cevapları frekans ve yüzde dağılımları

Değişken	Grup (n=40)	f	%	Yığılmalı %
Cinsiyet	Kadın	35	87,5	87,5
	Erkek	5	12,5	100
Yaş	19-35	21	52,5	52,5
	36-65	19	47,5	100
Eğitim Durumu	Lisans	13	60,0	60,0
	Yüksekokul	2	5,0	65,0
	Yüksek Lisans	8	20,0	85,0
	Doktora	6	15,0	100

Örneklem grubunu oluşturan katılımcıların 35'i (%87,5) kadın ve 5'i (%12,5) erkek olmak üzere toplam 40 katılımcıdan oluşmaktadır. 19-35 yaş aralığında 21 (%52,5) kişi, 36-65 yaş aralığında 19 (%11,20) kişi vardır. Katılımcıların eğitim durumları Lisans 13 (%60,0), Yüksekokul 2 (%5,0), Yüksek Lisans 8 (%20,0) ve Doktora 6 (%15,0) kişiden oluşmaktadır.

Tablo 2. GSYTÖ ve BTÖ puanları arasındaki korelasyon değerleri

	$\bar{x}$	ss	r	p
GSYTÖ	77,03	6,96	-,042	,796**
BTÖ	99,80	7,77		

*p<0,05 **p<0,01

Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği (GSYTÖ) ve Bilinçli Tüketici Ölçeği (BTÖ) arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (r =-,042; p>0,01).

Tablo 3. GSYTÖ ve BTÖ ile yaş ve cinsiyete ilişkin korelasyon değerleri

		x̄	ss	r	p
GSYTÖ x̄= **77,03** ss= 6,96	Yaş	38,48	13,08	-,181	,264**
	Cinsiyet	1,13	,335	,186	,251**
BTÖ x̄= 99,80 ss= 7,77	Yaş	38,48	13,08	-,220	,172**
	Cinsiyet	1,19	,394	-,059	,717**

*p<0,05, **p<0,01

Tabloda görüldüğü üzere, GSYTÖ ile cinsiyet (r =,186; p>0,01) ve yaş (r =-,181; p>0,01) arasında anlamlı bir ilişkisi bulunmamıştır. Aynı şekilde BTÖ ile yaş (r =-,220; p>0,01), ve cinsiyet (r =-,059; p>0,01) arasında anlamlı bir ilişkisi bulunmamıştır.

Tablo 4. GSYTÖ ve BTÖ alt boyutları arasındaki korelasyon değerleri

	BTÖ Alt Boyutlar	r	p
GSYTÖ	Çevreci Bilinçli Tüketim	-,148	,045*
	Etik Bilinçli Tüketim	-,172	,020*
	Sade Tüketim	-,198	,007*
	Sosyal Sorumlu Tüketim	-,123	,096

*p<0,05, **p<0,01

GSYTÖ ile BTÖ'nün çevreci bilinçli tüketim (r = ,359; p<0,05) boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. GSYTÖ ile BTÖ'nün etik bilinçli tüketim (r =-,189; p>0,05), sade tüketim (r =-,147; p>0,05) ve sosyal sorumlu tüketim (r =-,013; p>0,05) boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Yapılan araştırmada, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği (GSYTÖ) ve Bilinçli Tüketim boyutları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma için Türkiye genelinde yaşayan bilinçli tüketime ve gönüllü sade yaşam tarzı ilkeleri doğrultusunda kurulan Sivil Toplum Kuruluşlarındaki (STK) üye ve gönüllülerden oluşan katılımcılardan çevrimiçi anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Verinin toplanması için sosyo-demografik bilgi formu, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği (GSYTÖ) ve Bilinçli Tüketici Ölçeği (BTÖ) kullanılmıştır.

Bilinçli tüketim ve gönüllü sade yaşam tarzı ilkeleri doğrultusunda kurulan Sivil Toplum Kuruluşlardaki (STK) katılımcılardan alınan verilerin, GSYTÖ ve BTÖ arasında bir ilişkinin bulunmaması araştırmanın en önemli sonuçlarından biridir. Gönüllü sade yaşam tarzının, bilinçli tüketim boyutlarından sadece çevreci bilinçli tüketim ile ilişkinin bulunması bireylerin gönüllü sade yaşam tarzı benimserken sadece çevreci bilinçli tüketimde bulunduklarını ancak etik bilinçli tüketim, sade tüketim ve sosyal sorumlu tüketimde bulunmadıklarını söylemek mümkündür. Gönüllü sade yaşam tarzını tercih eden tüketicilerin etik bilinçli tüketim, sade tüketim ve sosyal sorumlu tüketime yönelik alışveriş yapmadıkları söylenebilir. Ancak çevre dostu ürünler satın almak, çevre kirliliğini önemsemek, işletmelerin çevreyi korumaları gerektiği vb. çevreci bilinçli bir tüketim anlayışında bulundukları şeklinde yorumlanabilir.

Cinsiyet ve yaş faktörünün tüketicilerde planlı alışveriş, maddiyat, üründe sadelik ve kendine yeterlilik yaşam tarzlarıyla ile bir ilişkisi bulunamamıştır. Yaşam tarzında katılımcıların yaş ve cinsiyet fark etmeksizin belli bir plan dahilinde alışveriş yapmadıkları, maddi zenginliği önemsedikleri, sade fonksiyonlu ürünleri değil karmaşık ve çok fonksiyonlu ürünleri tercih ettikleri ve kendilerine yetebilecek bir yaşam sürme isteklerinde bulunmadıkları söylenebilir. Cinsiyet ve yaş faktörünün tüketicilerde çevre bilinçli tüketim, etik tüketim, sade tüketim ve sosyal sorumlu tüketim ile bir ilişkisi bulunamamıştır. Buğday (2015) çalışmasında, sade tüketim ve çevre bilinçli tüketim boyutları arasında bir ilişki bulamamıştır. BTÖ'nün sade tüketim boyutuna baktığımızda GSYTÖ ile benzer ifadelere sahiptir. Bu araştırmada ise GSYTÖ'nün, BTÖ'nün boyutlarından sadece çevre bilinçli tüketim ile ilişkisinin olması araştırmanın önemli sonuçlarındandır.

Farklı demografik özellikler açısından örneklem çeşitlendirilmeye çalışılmıştır ancak STK ile iletişim eksiklikleri yaşanması nedeniyle katılımcılara ulaşmakta zorluk yaşanmıştır. Araştırmada, katılımcı sayısı az ve cinsiyet bakımından da eşit dağılım gösteremiştir. Dolayısıyla geniş bir örneklem grubuna yapılması önerilmektedir. Çevrimiçi form aracılığı yerine yüz yüze veri toplanması önerilmektedir. Bu çalışma, gönüllü sade yaşam tarzı ile bilinçli tüketim boyutları arasındaki ilişkinin varlığını ele almasıyla pazarlama, psikoloji alanlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA / REFERENCES

Altıok, N. & Babaoğul, M. (2010). Türkiye'de ve AB Ülkelerinde Tüketici Eğitimi. *Tüketici Yazıları.* (s.9-21). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici Pazar Araştırma Danışma Test ve Eğitim Merkezi.

Buğday, E.B. (2015). *Bilinçli Tüketici Ölçeği Geliştirme Çalışması.* Yayınlanmış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Demireli, C. (2014). Tüketici yenilikçiliği ve gönüllü sade yaşam tarzı arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 24, 320-337.

Eroğlu, A. (2012). Henri Bergson'da bilinç-sezgi ilişkisi. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi*, 27, 81-102.

Hekimci, F. (2010). Ekonominin Yükselen Değerleri; "Etik Tüketicilik" ve "Etik Ticaret. *Tüketici Yazıları* (II) (s. 47-65). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici Pazar Araştırma Danışma Test ve Eğitim Merkezi.

Menekşe, R. (2008). Ankara'da faaliyet gösteren a grubu seyahat acentalarında çalışmakta olan personelin tüketiciye karşı etik davranışlarını algılama düzeyleri üzerine ampirik bir araştırma, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (4), 83-117.

Muncy, J.A. & Vitell, S.J. (1992). Consumer ethics: An empirical investigation of the ethical beliefs of the final consumer. *Journal of Business Research,* 24(1), 297-312.

Özbölük, T. (2010). *Pazarlamada Bilinçli Tüketim ve Tüketicilerin Bilinçli Tüketime İlişkin Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma.* Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özgül, E. (2010). Tüketicilerin değer yapıları, gönüllü sade yaşam tarzı ve sürdürebilir tüketim üzerindeki etkisi. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(2), 117- 150.

Özgül, E. (2011). Tüketicilerin sosyo- demografik özelliklerinin hedonik tüketim ve gönüllü sade yaşam tarzları açısından değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 25-38

Pir, E. Ö. (2019). Yeşil tüketim ve gönüllü sade tüketim davranışlarının tüketici haklarının farkındalığı üzerine bir araştırma. *Business and Management Studies: An International Journal*, 7(4), 1555-1572. https://doi.org/10.15295/bmij.v7i4.1193

Tulving, E. (1985). Memory and consciousness. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne,* 26(1), 1-12. http://dx.doi.org/10.1037/h0080017

Yaraş, E., Akın, E. & Şakacı, B.K. (2011). Tüketicilerin çevre bilinci düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Öneri Dergisi*, 9 (35), 117-126.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

KİMLİK POLİTİKALARI DOĞRULTUSUNDA 21. YÜZYIL İÇİN FİKRİ SİYASET VE ŞEKLİ HÜKÜMET

Cumhur OLCAR[38]

Özet

Birey odaklı politikalara dair öne sürülen tezlere baktığımızda sosyal yapının kişi ve grupların ilgi alanına göre değişmesi aynı zamanda mekanları ve daha soyut alanları da etkilemektedir. Siyasal yapı, demokratik yapı ve tabii sosyal yapı toplumlarda genelde çoğunluğun ilgi alanına ve yönlendirmesine göre inşa edilmektedir. Kimliklerin kesin tanımlar eşliğinde çeşitlenmesi ve her bir çıkar grubunun bu altyapılar nedeniyle daha ana politikalara dâhil edilmesi kimlik politikalarının diğer politikalar ile karışmasını hatta daha geride kalmasına neden olmaktadır. Daha demokratik bir yaşam için sosyal yapıda meydana gelen çatışma çoğunluğun isteği doğrultusunda, eşitsizlikler temelinde ve egemen güçler ile şekillendirilirse toplum kendisini oluşturan üyelerini yitirmeye başlayacaktır. Homojen bir yapı teşkil ediliyor gibi görülüyorsa da toplumun etkinliği ve yaşam canlılığı kaybolmaktadır. Daha sağlıklı, düzenli ve mutlu bir sosyal organizasyon ve toplum inşası için azınlıkların önemsendiği demokratik siyasal özgürlüğün tesisi kimliklerin daha açık ve serbest ifadesinden geçmektedir. Bu açıdan farklı politikaların birbirleriyle olan ilişkisi de bu amaç için değerlendirilmesi gereken bir çakışma ve çatışmadır. Fakat kesişen politikalar uyum içinde devam edecek bir işbirliğine de dönüşebilir. Öyleyse siyasal değişim politikaların bağımsız birer başlık olmasını değil işbirliği içerisinde gerçekleşmesi gereken birikimler olmalıdır. Politikalar çoğunluğun talebini değil doğacak yeni kimlikleri ve talepleri hedef alacak şekillerde düzenlenmeli ve inşa edilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Kimlik, siyaset, politika, kişi hürriyeti ve demokrasi.

POLITICAL OPINION AND CIVIC ORDER FOR THE 21st CENTURY THROUGHOUT IDENTITY POLITICS

Abstract

When we look at the theses put forward regarding individual oriented policies, the change of social structure according to the interests of individuals and groups also affects the

[38] Dr. Ar. Gör. , Amasya Üniversitesi, cumhurolcar@gmail.com, 0000-0003-3020-4875

spaces and more abstract areas. The political structure, democratic structure and natural social structure are generally built in the societies according to the interests and orientation of the majority. The diversification of identities with definite definitions and the inclusion of each interest group in the main policies due to these infrastructures cause the identity policies to be mixed with other policies or even lag behind. If the conflict occurring in the social structure for a more democratic life is shaped by the majority's demands, on the basis of inequalities and the dominant powers, the society will begin to lose its constituent members. Although it seems to be a homogeneous structure, the effectiveness and vitality of the society is lost. The establishment of democratic political freedom, where minorities are important for a healthier, orderly and happier social organization and community building, goes through a more open and free expression of identities. In this respect, the relationship of different policies with each other is a conflict and conflict that should be evaluated for this purpose. But the intersecting policies can turn into a cooperation that will continue in harmony. So, political change should not be an independent topic, but accumulation that must be done in cooperation. Policies should be organized and built in a way that targets new identities and demands that will arise, not the demands of the majority.

Keywords: Identity, politics, politics, personal freedom and democracy.

1. Kimlik Politikası

Kimlik Politikası sosyal grupların kendilerini tanımladıkları ilgi, çıkar ve perspektifleri esas alan politik duruşu ifade etmektedir. Kimlik politikaları bireylerin politik düşüncelerini gevşek bağlar ile dâhil oldukları sosyal organizasyonlar tarafından şekillendiren yönlerin belirlediği yollar olarak da açıklanabilir. Sosyal organizasyonlar bireylerin yaşına, sosyal sınıfına, kültürüne, engellerine, eğitimine, etnik farklılıklarına, dillerine, milliyetlerine, cinsiyetlerine, cinsel tercihlerine, nesillerine, mesleklerine, ırklarına, dinlerine, ikametgahlarına, kentsel yada kırsal yaşam alanlarına ve emekliliklerine göre değişim göstermektedir. Her bir birey ilgili olduğu sosyal grubun tarif edildiği kimliği bire bir benzeşme göstererek kimliği olarak sahiplenmeyebilir. Kimlik politikaları esas olarak aydınlanma döneminin daha bireysel bakış açısı ile önem kazanmaya başlamış olsa da kökü dünya tarihi içerisinde daha eskilere gitmektedir. Fakat insan hakları temelinde elde edilen haklar ile 20. yüzyıldan itibaren daha kuvvetle vurgulanmış, önemsenmeye başlanmıştır. İnsan haklarının önem kazandığı dönem olarak adlandırabileceğimiz sanayi devri sonrasında kimlik politikaları azınlık haklarını çoğunluğa nazaran koruyan ve gündeme getiren anlayışın bizlere kazandırdığı bir gelişimdir (Gellner, 1987).

Kimlik politikaları terim olarak siyaset bilimi içerisinde 1970'lerden sonra kullanılmaya başlanmıştır. Kimlik politikaları kendilerini ifade etmekte ve ne hissettiğini yansıtmakta güçlük çeken kesimlerin toplum içerisinde daha görünür ve katılımcı olmalarını sağlamak amacı ile tahayyül ve teşkil edilmiş bir ilerlemedir. Özellikle siyahi feminist hareketler kimlik politikalarının öne çıkmasına en güzel örneklerden biri olarak değerlendirilebilir. Bilinç yükseltme bakımından siyahi kadınların toplum içinde yerlerini istedikleri ve amaçladıkları gibi inşa edebilmeleri için kendi deneyimlerini paylaşarak gelecek yılların ve doğacak nesillerin yaşamını olumlu yönde değiştirebilmek amacıyla verdikleri mücadele ve sonrasında elde edilen siyasal kazanımlar kimlik politikalarının usul, esas ve yasa bakımından bizlere içeriğini ve bağlamını ifade etmektedir (Abrajano ve Zoltan, 2016).

Kimlik politikalarının sosyal gruplar arasında baskı altında kalmış kimlik odaklarına aidiyet hisseden bireylere erdem ve etik değerler etrafında hassasiyet ile yaklaşacak anlayışların oluşmasına etki ederek ilgili kimlik nedeniyle baskı gören bireylerin toplum içindeki yaşamlarını daha güvenilir ve sağlıklı hale getirmek gibi bir hedefi bulunmaktadır. Bireylere yapılan baskı unsurları arasında öne çıkanlar ise şunlardır; kültürel emperyalizm, şiddet, emek sömürüsü, marjinalleştirme ve güçsüzleştirme. Kimlik politikaları mevcut baskı unsurunun analizinden koşulların ne şekillerde iyileştirilebileceğine varan çalışmalara kadar yayılan siyasal ve yasal işlemler bütünüdür (Meyer et al., 2002).

Kimlik politikalar özellikle liberal demokratik toplumların içerisinde mevcut radikal aşırılıkları insan haklarına vurgu yaparak önleme çalışmaları için kullanılmış, tek parti yahut otoriter devletlerin ise muhalif duruşları nedeniyle farklı kimliklere sosyal ve siyasal hizmetleri kısıtlama ve faaliyet kapsamlarının gündemi dışına bırakılmalarına ön ayak olmuştur. Kimlik politikalarının esasları ve fikri teması feminizm, etnik hareketler ve cinsiyet serbestisi mücadelesinin erken dönemlerinde görülen tepkiler ile günümüzdeki nüvesine kavuşmuş ve gelişimine devam etmiştir (Wallerstein, 1995). Sınıfsal kimlik politikaları ABD özelinde 1960'lı yılların ortasında L. A. Kauffman tarafından açıklanmış ve gündeme getirilmiştir. Yine aynı yıllarda feminizm temelli mücadeleler; ırk ve etnik unsurlardan bağımsız kadınların serbestisi kapsamında siyasal ve sosyal gündemi belirlemeye başlamıştır. Kimlik politikalarının çağdaş izleri arasında Dennis Altman'nın Homosexual: Liberation/Oppression adlı eseri, Jeffrey Week'in Coming Out: Homosexual Politics in Britain from the Nineteenth Century to the Present adlı eseri, Ken Plummer'ın The Making of the Modern Homosexual adlı eserleri yer bulmaktadır. Barbara Smith öncülüğünde 1977 yılında açıklanan talepler ve amaçlar siyahi kadınların serbestisi için oluşan Combahee River Collective adlı oluşumla kimlik politikalarının günümüze en yakın erken örneklerini bizlere vermektedir (King, 2000).

1980'ler boyunca kimlik politikaları daha ön planda yer almış ve yeni sosyal hareket aktiviteleri dalgası içerisinde tetikleyici bir rol üstlenmiştir. Çoğunluk içerisinde kendisine

daha fazla yer arayan azınlık grupların hâkim ve egemen kültür ve kimlikler karşısında demokratik bir değişim ile kazanımlar elde edebileceği ve çeşitliliğin esas ehemmiyet olarak politika karar vericilerin önceliği olabileceği kabul görmeye başlamıştır. Kimlik politikaları muhafazakar nedenler ile gelişimi engellenecek çeşitliliği canlandırmak ve toplumu tekrar hareketlendirmek için inşa edilmiş fikirsel değerlerin hayat bulması için atılacak adımlar olarak kabul edilebilir o halde (Brubaker, 1992). Kimlik politikası terimi mazisi özellikle ABD'deki siyahi ve cinsel tercihler ile ilgili mücadelelere demir atan bir görünüm arz etmekle beraber liberal görüşler etrafında sivil haklar temelinde kültür ve toplumun daha etkin ve işlevsel yaşamı için liberal demokrasiler tarafından önemsenmeye başlanmıştır. Toplum içerisinde gerçekleşen marjinalleşmeyi önlemek ve gruplar arasında ötekileştirmeyi sonlandırmak için atılacak gerekli adımlar kimlik politikaları adı altında bir başlıkta toplanmış ve tartışmaların konusu olmuştur. Kimlik politikaları ile marjinal görünüm arz eden azınlık kültürleri ve kimlikleri toplumun akışına yön veren ana rüzgar kültüre ve yaşam biçimlerine entegre olmalı ve toplumun daha refah ve müreffeh gelecek ümidini farklılıklara tahammül ve anlayış çerçevesinde bireylere temel hak olarak iade edilmesine yol açmalıdır. Serbestisi konu olan kimlikler ve yaşam biçimleri genel tercihler ile çatışmaktan ziyade çeşitlilik arz edecek şekillerde topluma kavuşturulmalı ve değişim perçinlenmelidir (Robertson, 1992; Coates, 2015).

1950 ve 1960'lı yıllarda kimlik sorunları ve endişeleri işçi kesiminin sömürülen emekleri ve toplum içerisindeki yeri ile ilgilenmiş ve tartışmalar bu çizgide süregitmiştir. Fakat milenyuma doğru artan hızda daha görünür hale gelen bireylerin farklı tercihleri kimlik politikalarının değişim içerisinde beliren yeni konulara ilişkin de öneri sunma talebi ile neticelenmiştir. Özellikle cinsel tercihler, kadın hakları ve etnik azınlıkların sorunları kimlik politikalarının dâhil olduğu kümeyi kaplamış ve önemli görülen öncelikli mevzular olarak toplumu meşgul etmiştir. Kimlik politikaları bu şekilde kapsamını ve ilgi alanını genişletmiştir. Ancak öyle görülüyor ki değişen küresel ve yerel kültürlere eş zamanlı olarak artan kimlik tanımları nedeniyle kimlik politikaları daha fazla konu ve talep ile yönetimleri ve sivil toplum öğelerini değerlendirme kapsamına almak ve faaliyetlerini detaylandırmak mecburiyetindedir (DeWaay, 2006). Özellikle homoseksüel konular ile baskı altındaki her bir grubun ve bireyin haklarını aramasını tetikleyen hareketler kimlik politikalarının toplumun değer yargıları karşısında yerini genişletmiş ve etkisini kuvvetlendirmiştir. Kimlik politikalarının belli ölçülerde aldığı başarılar toplum nezdinde ve algı dünyasında daha hissedilir olmuştur. O nedenle mücadeleler ve politikaların etki alanları artık belli bölge yahut yönetimlerden ziyade küresel ölçekte yasalaşmayı ve kabulleri öngörmektedir (Wolff, 1995).

Özellikle kapitalist toplumların takip ettiği serüven ve bu toplumların içerisinde hâkim olan ayrıcalıklar ve eşitsizlikler kimlik politikalarının ekonomik ve sosyal konulara da el atmasına neden olmuştur. Kimliklerin daha görünür olması için yapılan mücadeleler

farklı grupların birbirlerine verdikleri destek ile daha bütüncül bir yaklaşım haline gelmektedir. Kimlikler sadece kendisini birey olarak o gruba ait olan kimseler tarafından değil aslında pek hoşnut olmasa da toplumun içerisindeki yeri ve insan haklarına saygı çerçevesinde başka kimliklerin hak mücadelesi içerisinde yer almış grup ve bireylerin desteği ile kuvvetlenmiştir. Paylaşılan kimlik olarak kabul görmüş bu gönüllü ve destekleyici kimlik paylaşımı kimlik politikalarının aslında toplum içerisinde ne kadar önemli ve karşılık bulacağının da bir göstergesidir (Ford, 2014). Kimlik politikaları her baskı gören kimliği analiz ederken baskı unsurlarını ve nedenlerini ortaya koymak için de çalışmaktadır. Değişimi sağlayacak detayları ve bütünleştirici faktörleri siyasal alanda temsil edebilmek için toplumun sosyal dokusunu ve geleceğini farklılıklar esasında irdeleyerek kabul edilir seviyeleri yakalamak için uğraş vermektedir. Toplum sözleşmesini vatandaş özelinde ele almakla beraber grupların toplu çıkar ve isteklerini genel kabul içerisinde ifade etmekle sorumludur kimlik politikaları (King, 1996).

Sosyal yaşamın küreselleşme ile farklı kültür temaları ile bireyleri baş başa bırakması ve bireysel olarak tercihlerin geçmişe nazaran daha fazla kimlik ile ifade ediliyor olması politikaların kimlik bakımından ne denli değişim göstermesinin elzem olduğunu da bizlere göstermektedir. Her bir bireyin ait hissettiği yaşam biçimini muhafaza etmesi ve geliştirmesi için gerekli olan serbestiyetin diğer kimliklerin ve tercihlerin yaşam alanına müdahale etmeden sürdürülebilmesi kimlik politikalarının ilgi ve çalışma alanlarını genişletmiştir. Tartışmalar geçmişe nazaran daha fazla ve yoğun olmaktadır. Bireylerin ve grupların kimlikleri nedeniyle marjinalleşmesini, ötekileşmesini ve kaybolmasını engellemek için daha katılımcı yollar aranmakta ve toplumu bir bütün olarak yaşatma kaygısı artmaktadır. Öyle görünüyor ki kimlik politikaları okyanusun genel ekolojisi içerisinde kendisine yer bulacak bölgesel flora alanlarını tespit etmek, muhafaza etmek ve sürdürmek için gelecekte daha fazla gündeme gelecektir. Özellikle müzik türlerinden tutun da spor faaliyetlerine kadar daha çeşitlenen ve bireyselleşen kimlikler siyasallaşan toplum yapısının kimlik politikalarının etkin ve çeşitlenen çalışmalarına olan ihtiyacını göz önüne getirmektedir (Fukuyama, 2018). Küreselleşme nedeniyle mücadelelerin, önerilerin ve sonuçların hızla dünyanın dört bir köşesindeki bireylere ulaşması kimlik politikalarının önemi açısından değerlidir. Fakat aynı hız her beğeniye nazaran daha genel ve popüler beğenileri yani kimlikleri görünür kılmak için sermaye yahut piyasa yaklaşımı doğrultusunda egemen unsurların kabullerinde değişime neden olmuş ve kimlik politikalarına benzer açılımın inşa edilmesi için yaşamımızı şekillendirmeye projelerinin artışı ile sonuçlanmıştır (Fukuyama, 2014).

2. Kimlik Politikası Tezleri

Kimlik politikalarının 5 farklı tezi bulunmaktadır. Bunlardan ilkinin iddiasına göre her politika aslında kimlik politikasıdır. Çünkü politik faaliyetler bireylerin ve grupların kim

olduğuna ve gelecek için nasıl bir yaşamı tahayyül ettiğine bağlı olarak değişmektedir. Yani kişilerin kim oldukları politik faaliyetleri etkilemekte ve neticesinde ortaya çıkan politikalarda dolayısıyla kimlik politikaları kapsamına girmektedir. Politikaların sorumlulukları kişi ve grupların ihtiyacı doğrultusunda elde edemedikleri yahut tercih ve değerleri doğrultusunda talep ettiklerini temin etmek olduğu için esasında teze göre her politika aslında kimlik politikası olarak adlandırılabilir. Yapılan tercihler ve verilen sözler politikaların inşası açısından mühim olduğu için düşünülen her politika kimlik politikaları arasında görülebilir (Gellner, 1987; Robertson, 1992). Politikalar telafilerin, seçimlerin ve sözlerin neticesinde çıkabilecek yahut çıkan çatışmaları önlemek için yürürlüğe girmektedir. Toplum içerisinde gruplar ve kişiler antik anlayışa göre kazananlar ve kaybedenler olarak ikiye ayrılmaktadır. Oysa açık uçlu bu çatışmayı önlemek için farklı açılardan bireylerin tercihlerine ve ifade hakkına saygı gerekmektedir. Öyleyse politikaları belirleyen unsur bireylerin kişisel ve toplu tercihleridir. Bu halde politikaların tamamı kimlik politikası olarak adlandırılabilir.

İkinci tez ise esas itibariyle kimlik politikaları demokratik siyasi serbestisi olarak görülebilir. Yani siyasi serbesti politikalarının kapsamı içerisinde yer almaktadır kimlik politikaları bu teze göre. Çünkü bireylerin siyasal hakları sosyal yaşamın bir parçası olarak düşünülmekte fakat daha özgür bir ortam teşekkülü için yapılan çalışmalar kimlik politikası olarak değerlendirilebilir. Daha özgür bir ortam tasavvuru için kişilerin baskı gören tercihlerinin ve yaşam şekillerinin önündeki engellerin ortadan kalkması gerekir. Ve bu amaçla yapılan kimlik esaslı değişimler aslında kimlik politikaları değil demokratik özgürleştirme politikaları olarak ele alınabilir (Gellner, 1987; King, 2000).

Üçüncü tez ise kimlik politikalarının özel bir gruba yönelik yapım ve sunum içeren politikalar olduğu yönündedir. Toplum içerisinde enerjisini, motivasyonunu ve azmini yitirmiş birey ve gruplar için düşünülen kimlik politikaları demokratik politikaların bir parçasıdır. Her düşüncenin, farklılığın ve çeşitliliğin daha görünür ve açık ifade edilebilmesi için demokratik politikalar realist bakış açısıyla şekillenmekte ve kişisel kimlikler politikaların ne şekilde tasarlanacağını belirlemektedir. Öyleyse kimlik politikaları aslında demokratik politikalar olarak değerlendirilebilir. Kimlik politikalarının farklılıklara olan inancı ve desteği demokratik politikalarında kapsamına girmekte ve çeşitlilik için gerekli serbesti için atılacak adımları tasarlamak onun için de ana amaç olarak görülmektedir. Toplum içinde daha özgür kutuplar ve gruplar için mevcut baskı unsurlarını ıslah etmek elbette demokratik bir yönetimin özgürlük doğrultusunda atacağı bir adım olacak ve bu da kimlik politikalarının teze göre demokratik politikaların içerisinde görülmesine neden olmaktadır (Horowitz, 1985).

Dördüncü tez ise kimlik politikalarının aslında gittikçe patolojik bir hale geldiğini iddia etmektedir. Çünkü kimlik politikaları aslında biraz olsun bireylerin yahut grupların özgür

tercihlerinin yahut yaşam şekillerinin çatışmasına çözüm bulma amacındadır. Oysa herkesin istediği bir yaşam çevresini inşa etmek elbette mümkün olmayacaktır. Öyleyse bu açık tartışma ortamını tesis ederek çatışan grupların mümkün olan en uygun noktada buluşmasını sağlamak ve paylaşılan ortak bir sosyal organizasyon oluşturmak kimlik politikaları açısından elzemdir (Hochschild, 2016). Toplum içinde ötekileştirildiğini, marjinalleştirildiğini ve güçsüzleştirildiğini düşünen kesimler geçen her an toplumdan kopmakta ve sadece kendisine olan güvenini değil topluma olan inancını da yitirmektedir. Öyleyse kimlik politikaları toplum ve birey sağlığı bakımından aslında patolojik vakalar olarak değerlendirilebilir. Politika kapsamı bakımından kimliklerin farklılıklarını esas alarak daha ideal bir yaşamı tesis etmek için takip edilen siyasal nitelikte olabilir. Hatta toplum sağlığını esas alan politikalar ile de özleşebilir (Huntington, 2004).

Kimlik politikaları açısından beşinci tez ise kapsamı nedeniyle daha çok azınlık grupların talep ve çıkarları ile ilgilenmektedir. Bu kesimlerin hakları için mücadele vermekte ve kazanımlar elde etmek için uğraş vermektedir. Öyleyse azınlıklara yönelik siyasal politikalar ile benzeşmekte, paralellik göstermektedir. Özellikle ırk ve cinsiyet bakımından toplum içerisinde azınlıkta kalan bireylerin ve grupların tercihlerini özgürce istedikleri gibi yaşayabilmeleri için çoğunluk içerisinde kaybolmamalarını sağlayacak yasal temeller ve sosyal yaklaşım azınlık hakları kapsamında siyasal politikalar etrafında da oluşabilir. Hülasa kimlik bu konuların bir analiz unsuru olacak ve politika kapsamı siyasallaşacaktır. Sosyal yapının mühendisliğini ele alacak iktidar için belki bir siyasal müdahale alanı olacak ve tartışmalar siyasal cephelerin kendi çıkarlarına göre değerlendirilmeye başlanacaktır. Otoritelerin farklı olan bireylerin ait oldukları gruplara olan üyeliklerini esas alarak siyasal yaklaşımlarını genişlettiklerini görecek ve kimlik siyaseti ile politikaları siyasal kapsam içerisine dâhil ettiklerine şahitlik edeceğiz. Daha demokratik dâhiliyet için gerekli adımların atılması bu politikaların yardımıyla gerçekleşeceği düşüncesi nedeniyle kimlik politikaları siyasal politikaların kapsamına alınmaktadır teze göre (Wallerstein, 1995; Jacabson, 1996).

Kimlik politikalarına dair öne sürülen tezlere baktığımızda sosyal yapının kişi ve grupların ilgi alanına göre değişmesi aynı zamanda mekanları ve daha soyut alanları da etkilemektedir. Siyasal yapı, demokratik yapı ve tabii sosyal yapı toplumlarda genelde çoğunluğun ilgi alanına ve yönlendirmesine göre inşa edilmektedir. Kimliklerin kesin tarifler eşliğinde çeşitlenmesi ve her bir çıkar grubunun bu altyapılar nedeniyle daha ana politikalara dâhil edilmesi kimlik politikalarının diğer politikalar ile karışmasını hatta daha geride kalmasına neden olmaktadır. Daha demokratik bir yaşam için sosyal yapıda meydana gelen çatışma çoğunluğun isteği doğrultusunda, eşitsizlikler temelinde ve egemen güçler ile şekillendirilirse toplum kendisini oluşturan üyelerini yitirmeye başlayacaktır. Homojen bir yapı teşkil ediliyor gibi görülüyorsa da toplumun etkinliği ve yaşam canlılığı kaybolmaktadır. Daha sağlıklı, düzenli ve mutlu bir sosyal organizasyon ve toplum inşası

için azınlıkların önemsendiği demokratik siyasal özgürlüğün tesisi kimliklerin daha açık ve serbest ifadesinden geçmektedir. Bu açıdan farklı politikaların birbirleriyle olan ilişkisi de bu amaç için değerlendirilmesi gereken bir çakışma ve çatışmadır. Fakat kesişen politikalar uyum içinde devam edecek bir işbirliğine de dönüşebilir (McMahon, 2012).

3. Kültür Odaklı Kimlik Politikaları

Kültür ifadenin sosyal olarak organize olmuş sistemler olarak açıklayabileceğimiz özel formlardır. Kültür bir grubu diğer bir gruba göre özgünleştiren karakterler bütünü olarak da tarif edilebilir. Kültür günümüzde sadece milli unsurlar ile değerleme yapabileceğimiz bir özne olmaktan çıkmış ulus ötesi hatta kökü ve vatanı olmayan ortak değerlerin ve ilgi alanlarının bileşimi haline dönüşmektedir. Kültür gün geçtikçe bölgesel sınırların kalkmasına neden olmakta ve bu süreç ile dönüşüm geçirmektedir. Kültürün bu evrimi içerisinde kimlik kazanımı ve tercihi kişilik tariflerinden bağımsız olarak bireylerin seçimlerini çeşitlendirmekte hatta kişiliklerinin tersi olabilecek kültürel öğelere ilgi duyarak kimlik karakterlerine yenilerini eklemelerine vesile olmaktadır. Kimliğin bireysel ve grup olarak bu karmaşık ve sarmal değişimi kimlik bunalımlarını da beraberinde getirmektedir. Kimlik politikaları sadece azınlıkta kalan özgün kimliklere ait kazanımları elde etmek için çözümler üretmekle beraber toplumda hasıl olan bu muammayı da tespitler ve teşhisler getirmekle meşgul olacağa benzer gelecekte. O halde kimlik politikaları sadece kişi hak ve özgürlüklerine ait mücadelelerin kazanımlarını değil bireylerin ve toplumun psikolojisini ve sağlığını da değer kapsamına almak mecburiyetindedir (Leiken, 2015).

Küresel olarak var olan her ölçekte ilk çok ırklı, çok kültürlü ve çok kıtalı toplumlar kent merkezlerinde değil çeperlerde vücut bulmaya başlamış ve şekillenmiştir. Bu toplum sömürge döneminde mevcut olan çok özel ekonomik, politik, sosyal ve kültürel koşullar altında inşa edilmiştir. Bu topluluklar ekseriyetle şayet hattı sirayet yok ise sömürü faaliyetleri ile doku kazanmış sömürge kentlerinin özel sosyal ve bölgesel şartlarının ürünü olarak doğmuş ve gelişmiştir. 1950'li yıllar içerisinde çok ırklı, çok kültürlü ve çok kıtalı kent kültürleri herhangi bir ölçekte Avrupa'da oluşmaya başlamıştır eğer ABD içerisinde daha önce belirmemiş ise. Bu görünüş itibariyle daha dar ve kısıtlı bir alan olan Avrupa'da başlayan çok yönlü toplum yapısı Amerika'da post-modernism ile çeşitliliğini arttırmış ve günümüz şehir ve toplum yapısının emsallerinden biri olmuştur (Hannerz, 1996).

Günün koşullarını yansıtan kimlikler ve karakterlerinin haritalandırılması bazı düşünürler tarafından sınıflandırılmış ve tasnifi için sınırlandırılmıştır. Kullanılan dil kapitalist dünya ekonomisinin kültürünü daha etkin göstermektedir. Egemen güç etrafında ve altında konumlandırılan kimlikler için de ilgili tasnife ihtiyaç duyulmuştur. Bu teorilerin arasında Appadurai'nin hazırladığı 5 boyutlu küresel kültür akınının etki yolları diğerlerinin arasında daha ilginçtir. 5 başlıktan ilki etnik ölçektir. Etnik ölçek turistlerin, göçmenlerin, mültecilerin, sınır dışı edilenlerin ve misafir işçilerin akışı ile meydana gelmektedir.

İkinci başlık olan teknolojik ölçek ise uluslararası ve ulusal şirket ve devlet organlarının makine ve teçhizat üretimlerinin akışını ifade etmektedir. Üçüncü başlık ise finans ölçeğidir. Bu başlık döviz piyasasının ve borsanın müdahil olduğu ve yönlendirdiği hızlı para akışının neden olduğu etkenleri ifade etmektedir. Dördüncü başlık ise medya ölçeğidir. Gazeteler, dergiler, televizyon ve film gibi görsel ve yazılı organlar tarafından yayılan bilginin akışının yarattığı algıyı ele almaktadır bu başlık. Son başlık ise ideolojik ölçektir. Devlet yanlısı yahut devlet karşıtı hareketler ile nişanlı olan özgürlük, refah, temel haklar ve hizmetler topluma yönelik sunulan imaj ve tariflerin akışı ile toplumun ve kişilerin kimliklerini etkilemektedir (Moyn, 2014; McNamara, 2015; Nodia, 2017).

Bu teoriden de anlaşılacağı üzere toplumu ve bireyleri etkileyen unsurlar aynı zamanda kimliklerin sayısını ve nüfuz alanını da teşekkül etmesine neden olmaktadır. Kimliklerin hakkını ve varlığını korumaya çalışan etkinlikler aslında daha farklı kimliklerin de oluşmasına vesile olmaktadır. Bu akış elbette istenilen yahut gönüllü bir hedef olmayabilir. Ancak ilgili beş başlık altında dallanacak diğer unsurların da etkisi ile iletişim çağında bireylerin özellikle kimliklere olan yönelişi ve yenilik arayışı hızlanmakta ve kimlik politikalarının önemini tartışmaların odağına yerleştirmektedir. Her kimlik kendisi için bir yer açmaya çalışırken aslında bir diğerinin alanını kısıtlamaya çalışıyor olabilir ve bu çatışma toplum içerisinde yeni kimliklerin oluşmasına da neden olmaktadır. Bilgi aslında disiplinli bir cemaat yaratmaktan ziyade yeni fikirlerin ve yönelimlerin de tohumu olmaktadır günümüzde. Bu sebeple kimlik gün geçtikçe daha renkli ve çok yüzlü olmaktadır (Warren, 2012).

Dünya tarihi sanılanın aksine kültürel homojenliğin küresel ölçekte kabul görmesini değil kültürel farklılığın arttığı ve bileşimin veya karışımın hızlandığı dönemlere şahitlik etmiş, etmektedir. Zaman içerisinde daralan kültür kapsamından söz etmek mümkün değil öyleyse. Kapitalist sistemin küresel çağda belki yaratmak istediği çoğunluk kültürü dahi kimliklerin artışına ve çeşitlenmesine engel olamamaktadır. Her birey kendini küresel çağda daha özgün kimliklerle ifade etmekte, hatta birden fazla kültüre aidiyet hissederek kimlik alanını genişletmektedir. Kimliği belirleyen kültürel değerler şüphesiz çoğunluk tarafından kabul görmeyebilir ancak bireylerin hassasiyeti ve yaşam şekilleri artık belli ana başlıklardan ziyade daha özgün ve farklı karakterlerden oluşan kimlikler ile toplum içerisinde var olmaya ve toplumu şekillendirmeye devam etmektedir. Küresel çağda bireyler çok kimlikli bir hal-i ruhiye içerisinde olarak kentlerin çok merkezli ve çok kültürlü oluşumuyla uyum içerisinde olmakta ve gelişen canlılığın ömrünü belirleyen akışı hızlandırmakta ve yenilemektedir. Kimlik kazanımı bakımından küresel çağdaki yönelimlerin geçmiş ile diğer bir farkı ise kimliklerin ömür döngüsüdür. Kimlikler kolaylık bireyler tarafında seçilebildiği gibi yine aynı kolaylıkla vazgeçilen bir sembol olabilir. Bireyler aidiyetlerini artık daha geçici ve dönemsel hevesler ile belirlemektedir. Bu geçmişte olduğu gibi bir zafiyet olmaktan ziyade değişimin bir parçası ve lütfu olarak görülmektedir

küresel nesiller tarafından. Öyleyse kimlik politikaları elde ettiği kazanımları da gözden geçirerek aslında kimlik odaklı mücadelesini kimliğin toplum içerisindeki ifade edilişine dair endişelere eğilmek üzere zenginleştirmelidir. Kimlik politikaları küresel çağda kimlik inşası ve süslemelerinin bitmediğini hatta daha da hızlandığını göz önüne almalıdır (Zaretsky, 2016).

Akademik çalışmalara göre sınıflar sosyal seviyelerin ana belirleyicisi olmaktadır. Sınıf farklılığı grupların ilişkilerini belirleyen ana tasarım altlığının tasavvurunu topluma dikte etmiş ve hakim anlayışın organizasyonu bakımından yüklenici olmuştur. Sınıflar maddi hayat ile bağlantılı gelişmiş, ekonomik heves ve talepler esas alınmıştır. Toplumun belki daha rahat okunabilmesi için hayali kodların emsal olarak araştırmalara konu olmasını ülkü edinmektedir sınıf farkı teorisi. Fakat sınıfların tarifi ve tasnifi esnasında toplumun ve özellikle bireyin özgür iradesi ve fikri kabiliyeti göz ardı edilmiştir. Bireyler aynı evde ailesi içerisinde dahi benzer olmakla beraber aynî kimliği yansıtmamaktadır. Öyleyse yükselmekte olan kimlikleri değerlendirirken kaybolmakta olan kimlikleri önemsememek yahut tersi bir tutum tehlikeli olmaktadır. Sınıf temelli ayrımlar toplum ve bireyler arasında uçurumlar yaratmakta ve kimliklerin bu uçurumlar içerisinde bir daha görülmemek üzere kaybına neden olmaktadır. Kimlik politikaları kişisel tercihleri ve arayışları daha da özendirici ve teşvik edici olmalıdır. Kimlikleri daha katılımcı ve görünür kılmalıdır. Usul ve esas olarak her kimliğe saygı duymalı ve benimsemelidir. Yaşam şahsa ait ömür ile kısıtlı fakat her paydaş için ortak bir kaderdir. Öyleyse kimlikler de her birey tarafından özgünleşmekte fakat varlığı bakımından diğerlerinin varlığına da muhtaçtır. Bir kimlik en azından bir başkası olmadan kendisine ait öğeleri anlayamaz ve teşkil edemez. Hulasa ifade için farklılıklara ihtiyaç duyulmaktadır ve kimlik politikaları farklılıkların birlik içerisinde çeşitliliği arttırmasına izin verecek uygulamalara yönelik öneriler sunmakla mükelleftir (Wright, 2010).

Fakat kimlik politikaları kültürün daha canlı ve eğlenceli yönü olan ifade serbestisini incelerken mikro-Pazar anlayışı ile şekillenen piyasa kurnazlıklarını da unutmamalıdır. Kapitalist ağ ve siyasi iktidar kaygısı aslında sanılanın aksine toplum ve birey temelli farklılıkları istemekte ve bunlardan beslenmektedir. Bölgesel, sosyal, etnik, sınıfsal ve cinsel farklılıklar pazarların çeşitlenmesine ve sermayenin aslında ilgi ve yaşam alanını genişletmektedir. Öyleyse kimlik politikaları kimlikler arası mücadelelere eğilmekle beraber mozaikler ile bezeli mermer bütünü olası çekiç darbelerinden muhafaza etmekle de yükümlüdür. Kimliklerin birbiri arasındaki dengeyi ve hakkaniyeti araştıran ve önemseyen kimlik politikaları çok kimlikli yapıyı yıpratacak ve yok edecek çıkar odaklı müdahaleleri de göz ardı etmemelidir (Rustow, 1970).

Kimlik politikalarının kaynağı elbette kültür temelli tartışmalardır. Kültüre ait görüşlere bakmadan önce bu kavramın nasıl oluştuğuna dair bir örnek vermekte fayda var. Elbette

kültürün bir geçmiş mevcuttur fakat 10. yüzyıldan bir örnekle hem günümüze yaklaşabiliriz coğrafi bakımdan hem de genel çerçeveye yakın bir resim çizmiş oluruz. 10. yüzyılda Batı Avrupa'da mevcut kültürel yapıyı tanımlarken akademisyenler üretimin sosyal ilişkilerini daha açık ifade etmek için incastellamento (Kale manasına gelen İtalyanca kelime) kelimesini kullanmaktadır. Bu tabir bir kimse yada grubun kendilerine ait yasal ve ekonomik sistemi daha geniş kitleler üzerinde hakimiyet kurmak için inşa ettikleri kapalı alanı yani kaleleri emsal alınarak terminolojiye dahil edilmiştir. Fakat yüzyıllar içerisinde gelişen olaylar nedeniyle terminoloji de değişmiştir. Daha bir yüzyıl sonrasında yine inşa edicilerin kararıyla kültür ilk belirlemelerin ötesine taşarak yahut zaman içerisinde dokulaşarak kullanımlara yada geleneklere dönüşmüştür (Hannerz, 1996; King, 2000). Bu kısa kesitte öne çıkan örneğimizde olduğu gibi kültür aslında günümüze yaklaştıkça kalabalıklardan oluşmaya devam etmekle beraber hitap ettiği takipçi sayısını kaybetmektedir. Hakim unsur olan uluslar dahi kimliklerin oluşmasında dümen olan kültüre dair etkilerini kaybetmekte, yitirmektedir. Öyleyse kültür bakımından bir homojen görünümden ziyade dünya için farklı, iç içe geçen ve karmaşık bir siluetten bahsetmek daha makuldür. Fakat bu siluet bizlere bir Babil Kulesi metaforunu değil belki kültürel anarşiyi zorlamaktadır. Çünkü farklılıklar geçmişin katı kuralları ve gelenekleriyle aslında homojenleşen topluklar arasından sıyrılmaya çalışan kimliklerin mücadelelerine neden olmuştur. Bu mücadeleler şiddetli çatışmalara ve tartışmalara neden olmuştur. Günümüzde dahi kimlikler kabul edilse dahi katılım bakımından yer almakta toplum içerisinde zorlanmaktadır. Bu nedenle homojen yapıdan uzaklaşmakla beraber sürekli bir çatışmanın olduğu değişken bir hareketlenmenin ve dönüşümün içinde bulunduğumuz yüzyılı meşgul edeceği anlaşılmaktadır. O nedenle geçtiğimiz yüzyılın ikinci yarısında beliren kimlik politikaları yasama içerisinde kazandığı kimlik ile içinde bulunduğumuz yüzyılın kimlik mücadeleleri arasında oluşturulacak harmoniyi ve uyumu esas alarak toplumların daha refah ve renkli yaşamını teşkil edecektir (Robertson, 1992; Putnam, 2000; Putnam, 2015).

Peki kimlik politikalarının doğmasına ve kimliğini kazanmasına etken olan unsurlar nelerdir diye baktığımızda görüyoruz ki kültürel direnme ana unsur olmaktadır. Bu direnme hali toplumsal olarak anti-sistem hareketlerin bulduğu bir yenilik olarak karşımıza çıkıyor. Başlangıçta daha sıradan ve dönemsel olan bu hareketler günümüze yaklaştıkça daha planlı hale gelmektedir. Kimlik odaklı protestolar diğer direnç hareketleri ile kesişmekte daha görünür hale gelmektedir. Fakat kimliklerin çeşitliliği ve geçtiğimiz dönemin katı bağlarından bunalan bireyler kimlik politikalarını etkileyecek etkinliklerin sınır ve planlamalarını diğer hareketlerin özellikle politik toplantıların organizasyon şemasına benzerlik gösterecek şekilde çizememekte, çizmemektedir (Smith, 2015). O halde bu toplumsal değişimin kökenini tekrar incelemek zorundayız ki kimlik politikaları aslında bu ihtiyaç ile nazır olmuştur. Özellikle 1968 hareketleri neticesinde kültürel çeşitlilik önemsenmiş ve teşvik edilmiştir toplum için. O dönemde lokomotif olarak değerlendirebileceğimiz

siyahi ve kadın hareketleri aslında toplum içerisinde farklı kimliklerin serbestiyeti ve daha fazlasının doğması için gerekli hürriyetin ve imkanların temini için günümüze taslak bir şema bırakmıştır. Kimlik politikaları bu şemayı daha farklı kimlikler için kullanarak talep edilen hakları alma bakımından ilgili grupların daha yaşanabilir bir toplum içerisinde mevcudiyetine imkan tanımaktadır. Bu kronoloji esas alındığında ve küreselleşme de sürece dahil edildiğinde kimlik politikaları sadece ortaya çıkmış kimlikleri değil doğabilecekleri de esas almalıdır. Çünkü politikalar sadece günümüze değil geleceğe dair gelişmeleri de dikkate almalıdır toplum için. Kimlik değişebiliyorsa artık kişiler ve gruplarca yenilerinin doğmasına da bir engel olmamalıdır. Hedef daha çeşitli ve refah seviyesinde bir toplum ise kimlik politikaları çeşitliliğin birlik içerisinde varlığını önemseyen ve mümkün kılmak için ilgili yönlendirmeleri yapabilecek etkinlikte olmalıdır (Scheffler, 2000).

Özellikle 19. yüzyılın ekonomik ve siyasi arenada sosyal alanda toplum nezdinde yarattığı kompozisyon bozukluğu ve muamma toplum içerisinde kalabalıkların değil bireylerin kurtuluşunu ve biraz da ifadesini isteyen kimliklerin doğmasına neden olmuştur. Kültürel birlikteliklerden ziyade daha kişisel tercihler ile beliren kimliklere dair aidiyet artmıştır. Hulasa kimlik politikaları politikaların doğasında itibariyle mümkün olan en kadir ekseriyete dair önermeleri bırakarak daha bireysel farklılıklara eğilerek her talebi görünür kılacak ve yenilerinin oluşumuna imkan tanıyacak esnek ve kapsamlı önermeler ile vücut bulmalıdır. Farklı kimliklerin varlığını önemsemekle beraber kimliklere özgün politikalardan ziyade kimliklerin tamamını esas alan kaygılar çerçevesinde önermeler yapabilmelidir kimlik politikaları (Mann ve Norman, 2012). Kimlik politikalarının kişilik kazanma olarak değerlendirebileceğimiz bireyin kendi olma sürecini bütünüyle ele alması söz konusudur. Ayniyet ve aidiyet olarak adlandırabileceğimiz aşamalardan geçerek bireyler kimlikleri sahiplenmektedir. Bireyler önce belli bir kimlik ile ayniyet taşıdığını düşünerek aidiyet hisseder ve kimliği sahiplenir. Elbette yaşadığı çevre nedeniyle aidiyet üzerinden ayniyete doğru bir yönelim de mümkündür. Her iki seçenekte bu yüzyılın kimlik oluşumunu tarif etmekte biraz yetersiz kalmaktadır. Kimlikler bu yüzyılda sayıca artmakla beraber hızla değişime uğramaktadır. Toplum için yeni olan kimlikler dahi kısa bir süre içerisinde başka kimliklere evrilmektedir. O nedenle kimlik politikalarının bu değişimi toplum içerisinde uyum ve süreklilik kılacak şekilde yönetimine katkı sunması beklenmektedir (Paz, 2017).

Kimlik politikaları siyasetin toplum nezdinde meşrulaşmak üzere kullanacağı bir özne olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin ve grupların kimlikleri genel siyasi hareketleri şekillendirmekle beraber siyasal kurumlar da kendi politikalarını özellikle iktidar hedefini gerçekleştirebilmek için şekillendirmekte, yönlendirmektedir. Siyasal hareketler kendi ideolojilerine ve toplumsal yapılarına uygun kimlikleri kolaylıkla yanlarına çekebilmekte ve bu kimliklerin talepleri için vaatlerde bulunmaktadır. Ancak iktidar yolunda

daha fazla desteğe ihtiyaç duydukları anda farklı kimlikler ile bağlantılar kurabilmek için ayniyet gösterecek konuları sıklıkla gündeme getirerek kimlik politikalarını amaçları için kullanmaktadırlar. Yine benzer şekilde iktidara ulaşamayan yahut bir sonraki dönem iktidarı elde etmeye çalışacak siyasal kurumlar iktidarın baskı altında bıraktığı yahut iktidar kimliğin çatışma içerisinde olduğu ya da anlaşamadığı kimliklere yönelerek siyasal kazanımlarını arttırmak peşine düşmektedir (Taylor, 1992). Oysa kimlikler ne küresel güçlerin, ne piyasa güçlerinin, ne de ideolojik güçlerin yönlendirmesiyle şekillendirilmemelidir. Kimlik politikaları sayılan güçlerin siyasal politikalarının dışına çıkarak daha kapsamlı ve objektif olma hedefindedir. Kişisel benliğin ömür boyunca sürekliliği bireylerin kimlik taleplerini değiştirebilmektedir. Aidiyet zamanla bağlarını kuvvetlendirdiği gibi gevşetebilmektedir de. O halde hem bireylerin hem de toplumların hareketli doğasına göre bir politika tespiti ve tasarımı kimlik politikalarının mevcudiyetine kaynak olmuştur. Sadece baskıları kaldırmak ve talepleri gerçekleştirmek ile değil oluşabilecek yeni taleplere imkan verecek bir toplumsal yapıyı tahsis etmek kimlik politikalarının daha önce sayılan özgün alt gerekçelerinin yanında genel bir amaç olarak karşımıza çıkmaktadır (Taylor, 1989).

4. Fikri Siyaset ve Şekli Hükümet

21. yüzyıl dünya tarihinde eşi görülmemiş gelişmelere ev sahipliği yapacak bir dönemi içeriyor olabilir. Henüz ilk yıllarını yaşadığımız bu yüzyıl insan davranışları, tercihleri ve talepleri bakımından önceki yüzyıllardan çok belirgin bir şekilde ayrışmaktadır. Bireysel ve toplumsal açıdan değişim gösteren bu yüzyıl elbette siyasal yönetimler ve siyasal tercihler bakımından da kendinden önceki yüzyıllarda ortaya çıkan sistem ve seçeneklerin dışında bir arayış içerisindedir. Değişim siyasal oyuncular açıdan elzemdir çünkü siyasal dinamikler hem toplum hem de birey için değişmiştir. Özellikle son iki yüzyılda gelişen ve kazanılan bireysel haklar tercihlerin ve ilginin bireyler için önemini değiştirmiş, yönelimler daha önce istenen yönde bireyler ve toplumlar tarafından gerçekleşmemiştir. Küreselleşme ise daha önce dünya tarihinde görülmeyen bir patlama ile yayılmış ve neredeyse saniyelere düşecek hızda iletişim, bilişim ve tüketim kültürünü bireylerin hayatları içerisine çıkmamak üzere adeta yerleşmiştir. Küreselleşmenin belki de lokomotif gücü ve şoförü olan sermaye gücü ve talepleri siyasal bakımdan bireylerin tercihlerini etkileyebileceğini düşünerek bir dizi faaliyete soyunmuş ancak üzerine yeni giydiği kıyafet beklediği gibi olmamıştır. Değişim bireyi ve toplumu çok hızlı ve kontrol edilemeyecek bir desen içerisinde etkilemekte ve yayılmaktadır. Her bir ilgi, beğeni, aidiyet ve fikir küreselleşme ile gelen araçlar vasıtasıyla sanki katlanarak değişime uğramaktadır. Kulaktan kulağa söylenen bir kelime ancak bu kadar net duyulabilir ve ancak bu kadar uzak manalara gelecek şekilde son kişiye ulaşabilir (Fukuyama, 2011). 21. yüzyıl bireyin muhtemelen kendisini daha doğrusu istek ve taleplerini en açık ve cüretkar bir biçimde toplum ve devlet nezdinde belirteceği bir çağ olacaktır. Hulasa, hem bireyler arasında hem gruplar

içerisinde çatışmalara açık yıllar bizleri beklediği gibi toplumların ve hatta ülkelerin de aralarında ciddi sıkıntılar yaşayabileceği bir yüzyıl bizleri beklemektedir. Bu yüzyıl bu çatışmayı huzur ortamına çevirebilecek ve değişen her bir talebi karşılayabilecek ortamı nasıl sağlar? Elbette siyasal tercihlerin oluşumunda etkili olan sosyal, kültürel ve ekonomik değişimi kavrayarak.

20. yüzyıl içerisinde dünya tarihi bireyin kendini yöneten hükümet iradesi üzerinde muhtemelen 20. yüzyıla değin olmadığı kadar etkili katılım ile dâhil olmuştur. Kendisine seçim hakkı tanınan birey yönetim erklerinin tamamını değil elbette ancak genel itibariyle yürütme organını ve elbette yasama organını belirleme gücünü elde etmiştir. Bu hak yıllar içerisinde toplumun ekseriyetine yayılmış, cinsiyet, yaş ve eğitim gibi farklılıklar konusunda haksızlıklar 21. yüzyıla yaklaşıldıkça çözüme ulaşmıştır. Elbette yeni beliren sorunlar ortaya çıkmaktadır. Fakat siyasal sistemlerin çeşitliliği bakımından 20. yüzyıl toplumların kendine göre ürettiği siyasal sistemlerin birbiri arasındaki mücadelesine ve neticede savaşlarına şahitlik edecektir (Fukuyama, 2014). Öyleyse içinde bulunduğumuz çağında tıpkı 20. yüzyılda olduğu gibi seyretmesi tarihi şaşırtmayacaktır. Yani hem bireysel hem toplumsal onca kazanıma rağmen veyahut arasında bu yüzyıl özgürlükler kadar vahşet ile de anılmaktadır. Çünkü tarihin gördüğü en vahim ve şiddetli savaşlar 20. yüzyılda meydana gelmiş, insan nerdeyse kendi neslini yok etmek istemiştir. Öyleyse 20. yüzyılda hızla elde edilen bireysel ve toplumsal hakların devamı olarak daha özgür ve refah dolu bir yüzyıl beklentisi olan bizler bir anda kendilerini neredeyse yok olmakta olan bir dünya içerisinde de görebilir. Bu tehlikeyi gündemimizden atabilmek için yönetim sistemlerimizi yönlendiren ana siyasal erklerin toplumun ve bireylerin tercihlerini 21. yüzyıl bağlamı içerisinde iyi teşhis etmeli ve tahayyülü sınırsız olmalıdır (Galston, 2018).

20. yüzyıl başları itibariyle artan disiplin içerisinde olacak birey ve toplum inşası için beliren ideolojiler görülmektedir. Bu amaç elbette yeni bir iddia değildi fakat inşa için temellendirilen hedefler daha önceki siyasal amaçlar ile benzer değillerdi. Eşitlik ve özgürlük istenmekteydi fakat genel itibariyle monarşi yahut meşrutiyet bir engeldi. Birey yani millet kendi hakimiyetini alamamaktaydı. Neyse ki Cumhuriyet ile bir çok ülke seçme ve seçilme özgürlüğü ve eşitliğini sağladı. Özellikle Avrupa kıtasında bir çok ülke Monarşi ve Meşrutiyet tercihi ile bu hakları sağlamaya çalıştı. Hollanda, İsveç, Danimarka, Birleşik Krallık ve Belçika bu ülkeler arasında. Ancak geçmişe olan öfke siyasal ideolojilerin hezeyanına neden oldu. Modernism ile özgürleşmesi beklenen ferdi irade ne yazık ki eşitlik kapanı içerisinde kanayan bir yaraya dönüştü birey ve toplum için. Kendi hür vicdanını ve mukayese yeteneğini bir krala değil ancak bir kaç kişi hatta bir kişi tarafından belirlenen sayfalara bırakan yığınlar ortaya çıkmıştır. Toplum özellikle inanç bağlarını da yitirmesiyle bireyler için siyasal ideolojilerden ve sistemlerden uzaklaşma söz konusu olmuştur. Özellikle ekonomik olarak gelişen toplumlar kültüreler yetilerini de arttırmıştır. Bireyler ve gruplar geçmişte sürdürdükleri çıkar çatışmalarını azaltacak refah

politikaları ve ülkelerine transfer ettikleri yeni ezilenler ile aralarındaki ekonomik ve kültürel sınırları daraltacaklardı. Bu gelişmeler işçi ve emek kesimi ile bağ kurmuş siyasal ideoloji ve tarafların kendi iddialarını gözden geçirmelerine neden olmuştur. İki dünya savaşı sonrasında gelen teknolojik gelişim ve barış ortamı özellikle Batı Dünyasını refah seviyesine kısa sürede taşımış ve siyasal sistemlerin toplum nezdinde nüfuzu giderek azalmıştır. O nedenle sistemi yöneten hükümetler esasında birey ve toplum ihtiyaçlarından ziyade popüler tercihler için çalışır oldu. Seçmen giderek rey hakkından gönüllü olarak vazgeçti. Ancak bu vurdumduymazlık ve elbette tatlı hayat beklenen kadar sürmedi ve sürmeyecek. O nedenle sistemler değişim bekliyor ve deniyorlar fakat seçmen geçmişte olduğu gibi siyasal partilere itimat etmiyor. Disiplinli partiler ve hatta siyasal partiler sanki siyasal sistemin dışında kalması gereken erkler olarak görülüyor örneğin. Öyleyse 21. yüzyıl için bir siyasal gerilimin olduğu ve bu gerilimin asıl kaynağının geçmişi reddeden siyasal partilerin kendi geleneklerine körü körüne bağlanması nedeniyle seçmen davranışlarını anlamaması ve reddetmesi ile bir krize dönüştü. Bireysel ve toplumsal tercihler artık siyasal partiler ve ideolojiler tarafından tanınamaz hale geldi. Çünkü geleneklere karşı dahi olsa kendileri için takip ettikleri yenilikler geleneğe dönüştüğü için partiler durağanlaşmış, ve yeniliğe kapanmışlardır. Yeni oluşumlar ise siyasal sistemin hafızası ve kabulleri nedeniyle başarılı olamamaktadır. Öyleyse 21. yüzyıl bireylerin ve toplumların tercihlerini ve beklentilerini anlayarak istenildiği gibi bir huzur ortamını teşekkül edebilir. Konu öyleyse siyasal partileri değil aksine özne sisteme yön veren seçmen yani birey olmalıdır (Gellner, 1983).

Kültür ifadenin sosyal olarak organize olmuş sistemler olarak açıklayabileceğimiz özel formlardır. Kültür bir grubu diğer bir gruba göre özgünleştiren karakterler bütünü olarak da tarif edilebilir. Kültür günümüzde sadece milli unsurlar ile değerleme yapabileceğimiz bir özne olmaktan çıkmış ulus ötesi hatta kökü ve vatanı olmayan ortak değerlerin ve ilgi alanlarının bileşimi haline dönüşmektedir. Kültür gün geçtikçe bölgesel sınırların kalkmasına neden olmakta ve bu süreç ile dönüşüm geçirmektedir. Kültürün bu evrimi içerisinde kimlik kazanımı ve tercihi kişilik tariflerinden bağımsız olarak bireylerin seçimlerini çeşitlendirmekte hatta kişiliklerinin tersi olabilecek kültürel öğelere ilgi duyarak kimlik karakterlerine yenilerini eklemelerine vesile olmaktadır. Kimliğin bireysel ve grup olarak bu karmaşık ve sarmal değişimi kimlik bunalımlarını da beraberinde getirmektedir. Kimlik politikaları sadece azınlıkta kalan özgün kimliklere ait kazanımları elde etmek için çözümler üretmekle beraber toplumda hasıl olan bu muammayı da tespitler ve teşhisler getirmekle meşgul olacağa benzer gelecekte (Glensy, 2011). O halde kimlik politikaları sadece kişi hak ve özgürlüklerine ait mücadelelerin kazanımlarını değil bireylerin ve toplumun psikolojisini ve sağlığını da değer kapsamına almak mecburiyetindedir. Bu bakımdan da siyasal değişim ilginç gözükmektedir. Kültür ve kimlik odaklı bir siyasal tercihe yönlenen nesil geçmiş dönemde olduğundan daha az ekonomik ve sosyal konulara

ilgi duymaktadır. Kararlarını belirleyen asıl ilgi alanları yani yeni kimlikleridir. Aynı ideoloji devam ediyor gibi gözüküyorsa da bireylerin sırtladıkları çantanın içinde farklı isimler ve tınılar bulunmaktadır (Habermas, 1993).

Dünya tarihi sanılanın aksine kültürel homojenliğin küresel ölçekte kabul görmesini değil kültürel farklılığın arttığı ve bileşimin veya karışımın hızlandığı dönemlere şahitlik etmiş, etmektedir. Zaman içerisinde daralan kültür kapsamından söz etmek mümkün değil öyleyse. Kapitalist sistemin küresel çağda belki yaratmak istediği çoğunluk kültürü dahi kimliklerin artışına ve çeşitlenmesine engel olamamaktadır. Her birey kendini küresel çağda daha özgün kimliklerle ifade etmekte, hatta birden fazla kültüre aidiyet hissederek kimlik alanını genişletmektedir. Kimliği belirleyen kültürel değerler şüphesiz çoğunluk tarafından kabul görmeyebilir ancak bireylerin hassasiyeti ve yaşam şekilleri artık belli ana başlıklardan ziyade daha özgün ve farklı karakterlerden oluşan kimlikler ile toplum içerisinde var olmaya ve toplumu şekillendirmeye devam etmektedir. Küresel çağda bireyler çok kimlikli bir hal-i ruhiye içerisinde olarak kentlerin çok merkezli ve çok kültürlü oluşumuyla uyum içerisinde olmakta ve gelişen canlılığın ömrünü belirleyen akışı hızlandırmakta ve yenilemektedir. Kimlikler kolaylık bireyler tarafında seçilebildiği gibi yine aynı kolaylıkla vazgeçilen bir sembol olabilir. Bireyler aidiyetlerini artık daha geçici ve dönemsel hevesler ile belirlemektedir. Bu geçmişte olduğu gibi bir zafiyet olmaktan ziyade değişimin bir parçası ve lütfu olarak görülmektedir küresel nesiller tarafından (Tibi, 2008). Öyleyse birey elde ettiği kazanımları da gözden geçirerek aslında kimlik odaklı mücadelesini kimliğin toplum içerisindeki ifade edilişine dair endişelere eğilmek üzere zenginleştirmelidir. Siyasal değişimin küresel çağda kimlik inşası ve süslemelerinin bitmediğini hatta daha da hızlandığını göz önüne alınmalıdır (Herder, 1969).

5. Sonuç

Değişim bireylerin bağlarını hem uzak gelenekten hem de yakın zamanın vazifelerinden ayırmıştır. Artık işçi sınıfı değil bir hizmet sınıfı oluşmaktadır. Orta sınıf perhiz içindeki hasta olarak yaşamına devam etmektedir. Sermaye ise yayılarak şişmanlamaktadır. Bu olumsuzluklar içerisinde kişileri duyarsızlaştıran artan hayat standardı ve benzer yaşam imkanıdır. Elbette aynı marka televizyona herkes sahip değil ancak çoğu neredeyse aynı imkanları sunuyor sahibine. Neredeyse herkes araba sahibi ve konfor bakımından yeterli seviyenin üstünde ortalamanın üstü. Yani mülkiyet sahipliği eskiden olduğu gibi zor ve çok katmanlı sınıflara ayrılmış bir durumda değil. Gençler ihtiyaçlarını ve ilgilerini daha esnek ve yaratıcı alanlar ile genişletmekte esasında ebeveynlerinin tartışmalarını anlamamaktadırlar. O nedenle partiler gençleri yakalamakta güçlük çekmekte onların ilgi alanlarına girememektedirler. Şayet bu gerçekleşmez ise politikalar sıkışacak ve artan kimlikler giderek kendilerine ve yenilerine odalar bulamayacak hale gelecektir. Kaçınılmaz çatışma gelecek ve toplum yıpranacaktır. İhtiyaç nedeniyle dışarı taşımak isteyecek ve bu

da toplumlar arası münasebetlerin savaşa varan belki de neticeler ile yüzyıla yazılmasına neden olacaktır. Eğer onca bireysel ve toplumsal haklardan sonra ferdi özgürlüğü almış olan insanın tekrar vahşet içerisine dönmeyeceği düşünülüyorsa zaman zaman alevlenen bölgesel yangınlara bakmakta fayda var. Ayrıca bilinmesi gerekir ki hiçbir nesil belki de bugün ki kadar yüksek oranda çağdaş savunma ve akın sanayi ürünlerine ilgili ve bilgili olarak yetişmemiştir. Eli henüz değmemiş olsa da ordusunun neredeyse tüm cephanesini bilen ve kullanabilecek kişi sayısı bu yüzyılda diğer yüzyıllara göre artmıştır. Vicdan muhasebesi elbette geçtiğimiz yüzyıldan miras kalan ve gelişen bir vakadır. Ancak çeşitlenen ve zenginleşen ilgi ve kimliklere yönelik politikalar geçmişin karanlık, dar ve sıkışık kalıpları ile değerlendirilecek olursa, bunalımlar artacak ve kriz bir başka feyze ne yazık ki belki de şiddet ve teröre yer bırakacaktır (Lilla, 2017). Öyleyse değişim elzem görünmektedir 21. yüzyılda. Ve siyasetin dili çeşitlilik, anlayış ve saygı olmalıdır. Yenilik ise unutmayacağı durağı. Siyasal sistem değişimi ilk defa belki de vazgeçilmezi yaparak topluma ayak uydurmalıdır. Bireyin gelişimi göze alınarak da özgürlük siyasal sistemin ve tercihlerin anahtarı haline gelmektedir. Ferdi özgürlük çağı ya insanı melek yahut tiran yapacaktır. 21. yüzyıl siyasal hareketleri ve oluşacak sistemler bu duyarlılıkları ve hassasiyetleri unutmamalıdır (Taylor, 1989).

6. Kaynakça

Abrajano, M. ve Zoltan, L. (2016) *White Backlash: Immigration, Race, and American Politics*. Princeton: Princeton University Press.

Brubaker, R. (1992) *Citizenship and Nationhood in France and Germany*. Cambridge: Harvard University Press.

Coates, T. (2015) *Between the World and Me*. New York: Spiegel and Grau.

DeWaay, B. (2006) *Redefining Christianity: Understanding the Purpose Driven Movement*. Springfield: 21st Century Press.

Fukuyama, F. (2011) *The Origins of Political Order: From Prehuman Times to the French Revolution*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

Fukuyama, F. (2014) *Political Order and Political Decay: From the Industrial Revolution to the Globalization of Democracy*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

Fukuyama, F. (2018) *Identity: The Demand for Dignity and the Politics of Resentment*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

Galston, W. (2018) *Anti-Pluralism: The Populist Threat to Liberal Democracy*. New Haven: Yale University Press.

Gellner, E. (1983) *Nations and Nationalism*. Ithaca: Cornell University Press.

Gellner, E. (1987) *Culture, Identity and Politics*. Cambridge. Cambridge University Press.

Glensy, R. (2011) "The Right to Dignity." *Columbia Human Rights Law Review*, 43(65): 65-142.

Habermas, J. (1993) "Citizenship and National Identity: Some Reflections on the Future of Europe." *Praxis International*, 12 (1): 1-19.

Hall, S. (1992) *Modernity and Its Futures*. Cambridge: Polity.

Hannerz, U. (1996) *Transnational Connections*. New York: Routledge.

Herder, J. (1969) *Gottfried von. J. G. Herder on Social and Political Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hochschild, A. R. (2016) *Strangers in their own Land: Anger and Mourning on the American Right*. New York: New Press.

Horowitz, D. (1985) *Ethnic Groups in Conflict*. Berkeley: University of California Press.

Huntington, S. P. (2004) Who are We? *The Challenges to America's National Identity*. New York: Simon and Schuster.

Jacobson, D. (1996) *Right Across Borders: Immigration and the Decline of Citizenship*. Baltimore: John Hopkins University Press.

King, A. D. (1996) *Re-Presenting the City: Ethnicity, Capital and Culture in the list-Century Metropolis*. New York: New York University Press.

King, A. D. (2000) *Culture, Globalisation and the World-System*. Minneapolis: University of Minneapolis Press.

Meyer, D. S., Whittier, N., and Robnett, B. (eds.) (2002) *Identity, Culture and State*. New York: Oxford University Press.

Leiken, R. (2015) *Europe's Angry Muslims: The Revolt of the Second Generation*. Oxford: Oxford University Press.

Lilla, M. (2017) *The Once and Future Liberal: After Identity Politics*. New York: Harper Collins.

Mann, T. E. ve Norman, J. O. (2012) *It's Even Worse Than It Looks: How the American Constitutional System Collied with the New Politics of Extremism*. New York: Basic Books.

McMahon, S. (2012) *Developments in the Theory and Practice of Citizenship*. Newcastle: Cambridge Scholars.

McNamara, K. R. (2015) *The Politics of Everyday Europe*. Oxford: Oxford University Press.

Moyn, S. (2014) "The Secret History of Constitutional Dignity." *Yale Human Rights and Development Journal*, 17(2): 39-73.

Nodia, G. (2017) "The End of the Postnational Illusion." *Journal of Democracy*, 28: 5-19.

Paz, M. (2017) "The Law of Walls." *European Journal of International Law*, 28 (2): 601-24.

Putnam, R. (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.

Putnam, R. (2015) *Our Kids: The American Dream in Crisis*. New York: Simon and Schuster.

Robertson, R. (1992) *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.

Rustow, D. (1970) "Transition to Democracy: Toward a Dynamic Model." *Comparative Politics*, 2: 337-63.

Scheffler, S. (2000) *Boundaries and Allegiances*. Oxford: Oxford University Press.

Smith, R. (2015) *Political Peoplehood*. Chiago: Chiago University Press.

Taylor, C. (1992) *The Ethics of Authenticity*. Cambridge: Harvard University Press.

Taylor, C. (1989) *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity*. Cambridge: Harvard University Press.

Tibi, B. (2008) "Why Can't They Be Democratic?" *Journal of Democracy*, 19(3): 43-48.

Wallerstein, I. (1995) *After Liberalism*. New York: New Press.

Warren, R. (2012) *The Purpose Driven Life*. Grand Rapis: Zondervan.

Wolff, J. (1995) *Resident Alien: Feminist Cultural Criticism*. Cambridge: Polity.

Wright, K. (2010) *The Rise of the Therapeutic Society*. Washington: New Academia Publishing.

Zaretsky, R. (2016) "Radicalised Islam or Islamicized Radicalism?" *Chronicle of Higher Education*, 62(37): 45-72.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTELİ GENÇLERİN EŞ SEÇİMİ KRİTERLERİ[39]

Şule YURDAKUL, Tahmina AZİZOVA[40]

Özet

Evlilik; farklı ilgi, ihtiyaç ve beklentilere sahip iki insanı bir araya getiren, toplumsal norm ve kurallarla şekillenen kendine özgü bir birlikteliktir. Bu birliktelikte eşlerden her ikisi de birbirlerinden arkadaşlık, sevgi, saygı, güven, ebeveynlik, cinsel partner olma gibi çeşitli beklentiler içinde olurlar. Günümüzde evlilik kurumu çağın gereklerine ayak uyduran bir dinamizm içinde değişerek kadın erkek eşit bir sistem haline gelmiştir. Ancak bununla birlikte yine günümüzde boşanma oranlarında ciddi bir artış söz konusu olmuştur. Bu noktada evlilik öncesi romantik ilişki yahut tanıma evresinde bireylerin evlilik beklentileri ve eş seçimi kriterleri önem kazanmaktadır. Çoğunlukla bireyler evlilikle ilgili beklentilerini halihazırda içinde bulundukları romantik ilişkiler, ebeveynlerinin evlilikleri ve çevrelerinde bulunan bir evli çiftin evliliğini gözlemleme yoluyla geliştirirler. Bazı durumlarda çocuklar ebeveynlerinin ilişkilerini gözlemleyerek mutsuzluklarına tanık olurlar ve bu mutsuzluğun kendi evliliklerinde de yaşanabileceği ihtimalini reddederler. Bu inkar hali, çok yüksek evlilik beklentileri oluşturmalarına neden olabilir. Unutulmamalıdır ki yüksek beklentilerin tatmini zordur ve mutsuzluğu doğurur. Şimdiye kadar aktarılan faktörler, araştırmacıları bireylerde var olan evlilik beklentilerini incelemeye itmiştir. Bazı araştırmalar bireylerde eş seçimi tercihlerine odaklanırken bazılarının ise bireylerin evliliğe yönelik düşünce ve algılarına odaklandığı görülmüştür. Ülkemizde evlilik öncesi eş seçimini ve romantik ilişkileri içeren dönem genellikle üniversite dönemini de içine alan 19-26 yaş arası dönemdir. Bu sebeple bu araştırmada üniversite öğrencilerinim eş seçimi tercihleri ve evlilik beklentileri ve bu beklentileri şekillendiren etmenler çeşitli demografik, sosyal ve psikolojik değişkenler kapsamında ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Eş Seçimi, Evlilik Beklentileri, Kriter, Evlilikte Doyum

[39] Tam metin yazımı yazar etki oranı: 1.yazar: %50, 2. yazar: %50.

[40] Şule YURDAKUl, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Anabilim Dalı
Orcid: 0000-0001-7408-7127
.Azizova TAHMİNA, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Anabilim Dalı

SPOUSE SELECTION CRITERIA OF UNIVERSITY YOUTH IN TURKEY

Abstract

Marriage is a unique union that brings two people with different interests, needs and expectations together and is shaped by social norms and rules.dec. In this union, both spouses have various expectations from each other such as friendship, love, respect, trust, parenting, and becoming a sexual partner. Nowadays, the institution of marriage has changed in a dynamism that keeps up with the requirements of the era and has become an equal system for men and women. However, nevertheless, there has been a serious increase in divorce rates today. At this point, the marriage expectations and partner selection criteria of individuals in the premarital romantic relationship or recognition phase are becoming important. Often, individuals develop their expectations about marriage through observing the romantic relationships they are already in, the marriages of their parents, and the marriage of a married couple who are in their environment. In some cases, children witness their unhappiness by observing their parents ' relationships and reject the possibility that this unhappiness can also be experienced in their own marriage. This state of denial can cause them to form very high marriage expectations. It should be remembered that the satisfaction of high expectations is difficult and leads to unhappiness. The factors transferred so far have prompted the researchers to study the marriage expectations that exist in individuals. Some studies have focused on mate choice preferences in individuals, while others have focused on individuals ' thoughts and perceptions about marriage. In our country, the period dec includes the selection of a spouse and romantic relationships before marriage is usually the period between the ages of 19 and 26, which includes the university period. For this reason, in this study, the preferences and marriage expectations of university students and the factors that shape these expectations will be discussed within the scope of various demographic, social and psychological variables.

Keywords: Mate Selection, Marriage Expectations, Criterion, Satisfaction in Marriage

GİRİŞ

Eş seçim kriterlerinde cinsel dinamorfizm üzerine yapılan araştırmalar, kadınların daha çok müstakbel eşin sosyal ve ekonomik kaynaklar üzerindeki potansiyel kontrolü ve (eşin) bunları paylaşmaya hazır olması ile ilgilenirken, erkeklerin fiziksel çekiciliğe önem verdiğini göstermiştir (örn. , Buss, 1998, 1989; Buss ve Schmitt, 1993; Townsend ve Levy, 1990). Aradaki fark elbette görecelidir: hem kadınlar hem de erkekler eşin çekici-

liği ve becerikliliği ile ilgilenir, ancak bu iki özellik grubuna verilen göreli ağırlık bakımından farklılık göstermektedirler (Buss, 1987). Cinsiyet farklılıklarına ilişkin bu basit genellemeyi destekleyen elde edilen bulguların yakınsamasını farklı teorik yorumlar takip etmiştir. Şu anda iki genel yaklaşım geçerlidir: sosyo-yapısal ve evrimsel psikoloji.

Buss (1987, 1994), insanlarda eş seçim kriterlerindeki cinsiyet farklılıklarına ilişkin bir dizi evrimsel hipotez geliştirmiştir. Bir Homo sapiens dişisinin üretebileceği yavru sayısı sınırlı olduğu için, evrim, yavrularını yetiştirmek için yeterli kaynaklara sahip olanları tercih edecektir. Bu nedenle, dişi üreme stratejisinin bir parçası, gerekli kaynakları sağlamaya istekli ve yetenekli eşler bulmaktır. Bu nedenle, Buss (1987), kadın eş seçim kriterlerinin, gerekli kaynaklar üzerinde kontrol veya potansiyel kontrol ve ilgili kişilik özelliklerini – hırs, baskınlık, çalışkanlık – içeren işaretleri içermesi gerektiği sonucuna varmaktadır.

Erkeklerin üreme başarısı için temel sınırlama, kaynaklara erişimden çok (ebeveyn yatırımları mütevazı olduğundan), daha çok üreme yeteneğine sahip dişilere erişimlerindedir (Buss, 1987). Kadın üreme değeri yaş ve sağlıkla yakından ilişkili olduğundan, erkeklerin dikkate alması gereken en önemli kriterler arasında yer almalıdır. Sağlığı ve yaşı doğrudan değerlendirmek zor olduğu için, "erkek eş tercihleri ve kadın güzelliğinin standartları, dişi üreme kabiliyetini gösteren fiziksel ve davranışsal ipuçlarını yansıtacak şekilde gelişmelidir. Fiziksel görünüm muhtemelen en güçlü ipuçlarını sağlar ve bunlar aşağıdaki özellikleri içermektedir: temiz, pürüzsüz ve kusursuz bir cilt, parlak saçlar, beyaz dişler, berrak gözler ve dolgun dudaklar gibi" (Buss, 1987, s. 341; ayrıca bkz. Symons, 1979). Beklenen cinsiyet farklılıkları, farklı çalışmalarda ve farklı kültürlerde (örneğin, Buss, 1994, 1989) ve farklı metodolojik yaklaşımlar kullanılarak tekrar tekrar gözlemlenmiştir (Feingold, 1990).

Bu durum toplumdan topluma farklılık gösterse de insanlar genellikle evlilik kararını ergenlikten yetişkinliğe geçiş sürecinde vermektedirler. Ergenlik olarak da adlandırılan bu dönem literatürde eş seçme, eşle yaşamayı öğrenme, aile kurma, çocuk yetiştirme, ev idare etme, yurttaşlık sorumluluğunu kabul etme ve hayatta meydana gelebilecek değişikliklere uyum sağlama olarak tanımlanmaktadır. (Onur, 2003). Bu dönem kişiyi yetişkinliğe hazırlayan önemli bir dönemdir. Bu açıdan üniversite öğrencileri genç yetişkin nüfus arasında farklı bir konuma sahiptir. Hem yaşam standartlarındaki farklılık hem de farkındalık düzeyindeki farklılıkla diğer gençlerden ayrılan öğrenci gençliği, eş seçme kriterleri açısından incelenmeyi hak eden bir toplumsal kesimi temsil etmektedir.

Üniversite gibi eğitim kurumlarının asli işlevinin yanı sıra mesleki eğitimin yardımcı işlevi de bulunmaktadır. Bu işlevlerden biri de eş seçimidir. Üniversite öğrencileri, üniversiteye başladıkları ilk yıldan mezun olana kadar sosyalleşmelerinde farklılaşmanın yanı sıra eş seçmeye yönelik fikirlerinin de geliştiği bir dönemden geçmektedir. Evlenmeyi

düşünen ve hayal eden bu genç, aradığı kriterlere göre arkadaşlarından birini eş adayı olarak seçebilir. İlişki geliştikçe bu birliktelik genellikle evliliğe yol açmaktadır (Bener, 2011). Üniversite gençleri arasında yapılan araştırmalar, karşı cinsten arkadaşlığın partner seçimini güçlü bir şekilde etkilediği sonucuna varmıştır. Buradaki etki, kız ve erkek çocukların birbirlerini farklı açılardan tanımalarıdır. Karşı cinsle arkadaşlık sırasında insanlar ileride yaratacakları aile içinde karşılaşabilecekleri olası sorunların bir kısmı ile karşı karşıya kalırlar ve her iki cins de birbirini tanıma konusunda olumlu ve olumsuz deneyimler yaşamaktadır. Sonuç olarak çiftler eşlerini birikmiş deneyim ve geliştirilmiş kriterlere göre seçmektedir. Eş seçmeden önceki arkadaşlık dönemi, özenle sürdürülmesi ve iyi değerlendirilmesi gereken bir dönemdir. Eş seçmeyi ve evlilikle ilgili karar vermeyi kolaylaştıran bu sürecin en büyük avantajı, kişinin hem kendisini hem de başkalarını tanımasına olanak sağlamasıdır (Özabacı, 2009). Eş seçiminin önemi ve konunun karmaşıklığından hareketle, üniversitede yükseköğrenim görmüş, ileride eş/kadın olacak öğrenci gençlerin eş seçimi kriterlerinin belirlenmesi önemli bir gerekliliktir. Amacı, üniversite gençliği için eş seçme kriterlerine göre ölçeklendirmek olan bu çalışma, gençlerin bir eşi diğerine tercih etme kriterlerinin her biri için tercihlerine bağlı olarak kurgulanmıştır.

Üniversite Öğrencilerine Göre Evliliğin Anlamı

Farklı ilgi, istek ve ihtiyaçlara sahip iki kişinin bir araya gelmesini içeren evlilik, toplumsal kurallar ve yasalarla şekillenen özel bir birliktelik olup, bireylerin gelişimini ve kendini gerçekleştirmelerini önemli ölçüde etkilemektedir (Ersanlı ve Kalkan, 2008). Sevgi ve sevilme ihtiyacını karşılama, bireylerin biyolojik, sosyal, psikolojik ve motivasyonel ihtiyaçlarını karşılama, yeni nesilleri dünyaya getirme, toplumda yer edinme, güvende olma ve korunma duyguları, işbirliği duygusu gibi işlevler, geleceğe güvenmek, birbirimizle gurur duymak ve cinsel yaşamın sağlıklı işlemesi (Canel, 2012) evliliği toplumlar için evrensel ve önemli kılmaktadır. İnsanlık tarihi boyunca boyutları ve içerikleri değişse de aile ve evlilik kurumları evrenselliğini korumuş ve hala toplumların çekirdek birimidir (Özgüven, 2001). Birçok toplumda evlilik, yakınlık ve kardeşliğin var olduğu, çocukların güvenli bir şekilde yetiştirildiği, bireylerin cinsel ilişkiye girmelerini sağlayan ve duygusal gelişim fırsatı sağlayan bir kurum olarak kabul edilmektedir (Yavuzer, 2012). Evlilik kurumu eşitliğin hakim olduğu bir yapıya dönüşmeye başlasa da boşanmaların arttığı günümüzde evlilik yapısına ve eşler arasındaki ilişkilere yönelik anlayış daha da önem kazanmıştır (Çelik, 2006). Çünkü mutlu ve tutarlı evlilikler ile olmayanlar arasındaki farkları belirlemek için önemli çabalar sarf edilmiştir (Hall, 2006). Bu nedenle Türkiye'de ve yurt dışında yapılan birçok araştırma eş seçiminde etkili faktörlere odaklanmıştır (Bozgeyikli ve Toprak, 2013; Bugay ve Tezer, 2008; Efe, 2013; Kılıç, Kaygusuz, Bağ ve Tortumluoğlu, 2007; Shackelford, Schmitt ve Buss, 2005; Yıldırım, 2007; Zhang ve Kline, 2009); evlilik uyumu (Gaur ve Bhardwaj, 2015; Khalili, 2013; Mir, Wani ve Sankar,

2016; Sabre, 2016; Tutarel- Kışlak ve Çabukça, 2002), evlilik doyumunu yordayan değişkenler (Carandang ve Guda, 2015; Çağ ve Yıldırım , 2013; Gadassi ve diğerleri, 2016; Lavner, Karney ve Bradbury, 2016; Rosen-Grandon, Myers ve Hattie, 2004), finansal tatmin ile evlilik kararı arasındaki ilişki (Archuleta, Britt, Tonn ve Grable) , 2011); uzun süreli, mutlu ilişkilerin sırları (Bchand ve Caron, 2001), mutlu ve kalıcı evlilikler (Marks ve diğerleri, 2008), eşlerin birbirinden rol beklentileri (Botkin, Weeks ve Morris, 2000; Kaufman ve Goldscheider, 2007; Sterrett & Bollman, 1970) ve evlilik beklentileri (Crissey, 2005; Gibson-Davis, Edin ve Mclanahan, 2005). Bu çalışmalar evli çiftler ve üniversite öğrencileri ile yapılmıştır. Evli çiftleri inceleyen araştırmalar, evlilik sorunlarını azaltma ve mevcut ilişkilerde doyumu artırma çabalarına destek sağlamayı amaçlarken, üniversite öğrencileri ile yapılan araştırma bulgularının aile ve evlilik danışmanlığı yapan psikolojik danışmanlara ve ruh sağlığı çalışanlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. üniversite öğrencilerine hizmet vermektedir. Üniversite öğrencileri, romantik ilişkileri yoğun yaşamaları nedeniyle, partnerlerin birbirine uyumu ve ilişki doyumu gibi konularda kendilerine fikir verdiği düşünülen önemli bir grup olarak kabul edilmektedir. İlgili literatürde bu dönem, beliren yetişkinlik dönemi olarak tanımlanmaktadır ve bu geçiş döneminde romantik ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesi kritik öneme sahiptir (Arnett, 2000). Türkiye'de bu dönemin 19-26 yaş arasını kapsadığı bilinmektedir (Atak, 2005). Tipik olarak bu dönemde ergenler evlenme, çocuk sahibi olma, eğitimini tamamlama ve kendi evinde yaşama gibi gelişimsel görevlerini yirmili yaşların sonuna erteleme eğilimindedir (Casper ve Bianchi, 2002, aktaran Eryılmaz ve Atak, 2011). Aslında ortaya çıkan yetişkinlik aşamasıyla birlikte gençlerin, evliliği nasıl ve ne zaman yetişkin olunacağının önemli bir göstergesi olarak kabul ettikleri bildirilmektedir (Carroll ve diğerleri, 2009). Bu yaş aralığı, Türkiye'de üniversite ve lisansüstü eğitim görenleri kapsamaktadır. Bu nedenle, ergenlik sonrasını içeren bu evlilik öncesi dönem, eş seçiminde ve romantik ilişkilerin sürdürülmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Üniversite hayatı ve sonrasındaki evlilik planlarını da içermektedir. Dolayısıyla üniversite öğrencileri ile yapılan çalışmaların, evlilik öncesi gençlere yönelik hizmetleri yapılandırabilmeleri açısından araştırmacılara ve hizmet sağlayıcılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Türkiye'de yapılan araştırmanın genel olarak üniversite öğrencilerinin eş seçimi tercihlerini belirlemeyi amaçladığı görülmektedir (Bozgeyikli ve Toprak, 2013; Bugay ve Tezer, 2008; Efe, 2013; Kılıç vd., 2007; Yıldırım, 2007). Ancak üniversite öğrencilerinin evliliğe yönelik düşünce ve görüşlerini inceleyen araştırmalar da bulunmaktadır (Pınar, 2008; Türkaslan ve Süleymanov, 2010).

Diğer araştırmalar, yetişkinlik döneminde olduğu yaygın olarak kabul edilen üniversite öğrencilerinin evliliğe yönelik tutumlarını ve anlamını araştırmıştır. İlgili bir araştırma, üniversite öğrencilerinin evlenmeyi daha düzenli bir yaşam, daha rahat bir cinsel yaşam sağladığı ve ailenin devamını sağladığı için tercih ettiğini ortaya koymuştur (Ondaş,

2007). Bir başka çalışmada ise öğrenciler için evliliğin sorumluluk almak, düzenli ve mutlu yaşamları paylaşmak anlamına geldiği belirtilmektedir (Pınar, 2008). Pınar (2008), gençlerin evlilik algısının olumlu olduğunu ancak aynı zamanda temkinli yaklaştıklarını vurgulamaktadır. Uluslararası bir çalışmada evliliğin öncelikle bağlılık, sevgi, dostluk, güven, söz verme ve aile anlamına geldiği sonucuna varılmıştır (Curran, Utley ve Muraco, 2010). Evliliğe yüklenen anlamların incelenmesinin, bireylerde ve aile kurumlarında yaşanan toplumsal değişimleri ortaya çıkaracağı, evlilik ve boşanma oranlarındaki değişimleri açıklamaya yardımcı olacağı düşünülmektedir (Curran vd., 2010). Türkiye'de evlilik yaşından evlilikteki rollere kadar evliliğin çeşitli yönlerinde bir takım değişikliklerin olduğu iddia edilmektedir. Örneğin, 2006-2015 yılları arasında hem kadın hem de erkeklerin ilk evlenme yaşı %1 artarak erkeklerde 27, kadınlarda 23,9'a yükselmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu [Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK], 2015a). Kadınların yaş oranı halen düşük olmakla birlikte, yıllar içindeki artış bir değişimi yansıtmaktadır. Benzer şekilde, boşanma oranları da bu beş yılda 120.117'den 131.830'a yükselmiştir (TÜİK, 2015b). Küreselleşme ve kentleşme gibi güçlerin etkilerinden kaynaklanan hem kadınların hem de erkeklerin toplumsal rollerindeki hızlı değişimleri çevreleyen diğer önemli konulardır. Yani hem erkeklerin hem de kadınların evlilikteki rollerine, yani geleneksel rol dağılımına yönelik tutumlarında değişiklikler olmuştur (akt. Bener ve Günay, 2012). Dolayısıyla bu durumun evliliğe atfedilen anlamlardaki değişmelerde de görüleceği düşünülmektedir. Bu yüklemelerin, bireylerin evlilik öncesi ve sonrasında nasıl davrandıklarını ve toplam evlilik başarısını etkilediğine inanılmaktadır (Hall, 2006). Örneğin, evliliği ömür boyu sürecek bir kavram olarak kabul eden bir bireyin, sorunlarını önemli ölçüde çözeceği ve evlilikteki bireysel mutluluğunu artıracağı düşünülür, çünkü boşanma o birey için bir seçenek değildir (Amato ve Booth, 1997, aktaran Hall, 2006). Eşlerin evliliğe yükledikleri anlamların beklentilerini etkilediği düşünüldüğünde bu anlamların belirlenmesinin hayati önem taşıdığı düşünülmektedir. Dolayısıyla üniversite öğrencileri için evliliğin ne anlama geldiğini derinlemesine araştırmak gerekmektedir.

Diğer açılardan, üniversite öğrencilerinin evlilik ilişkilerini zenginleştirme programlarının en önemli hedef gruplarından biri olduğu düşünülmektedir. Sorun çözme ve önleyici özelliklerine göre sınıflandırılabilecek evlilik öncesi ilişki zenginleştirme programları arasında evlilik ilişkisini zenginleştirme programları, evlilik öncesi ilişkileri geliştirmeye çalıştıkları için önleyici olarak adlandırılmaktadır (Yalçın, 2012). Aksine, problem çözücü evlilik programları problemli eşleri hedeflemektedir (Yalçın, 2012), bu programlar çiftlere evlilik öncesi ilişkilerini sürdürmeleri ve geliştirmeleri için temel bilgi ve beceri eğitimleri vermeyi içermektedir (Senediak, 1990, aktaran Carroll & Doherty, 2003). Bu programlarda çiftlere evlilikteki çatışmalar ve sorunlarla nasıl başa çıkacaklarını öğretmek, sorunlar artmadan önlem almak, çiftleri gelecekteki olası sorunlara hazırlamak, cid-

dileşmeden önce çözebilecekleri becerileri öğretmek ve ilişkiyi sorunsuz bir şekilde sürdürmek gibi iyileştirmeler yapılmaktadır. olumsuz sonuçların yaşanması bu programların önemini artırmıştır (Ersanlı ve Kalkan, 2008). Farklı yaklaşımlarla tasarlanan evlilik programları, bekarlıktan evliliğe geçiş sürecini kolaylaştırmak, çiftler arasında kısa ve uzun vadede tutarlılığı ve memnuniyeti artırmak, çiftlerin iletişim yeteneklerini geliştirmek, ilişkilerde dostluk ve bağlılığı artırmak, eşleri artırmak gibi amaçları kapsamaktadır (Stahmann & Salts, 1993'ten aktaran Stahmann, 2000). Evlilik hazırlık programları, çiftlere birlikte vakit geçirmeleri ve birbirleri hakkında daha fazla şey öğrenmeleri için zaman sağladığı (Williams, Riley ve Van Dyke, 1999) ve çiftlerin evliliğe yönelik tutumları hakkında farkındalık yaratmalarına yardımcı olduğu için, çiftlerin en büyük yardımcısı olarak kabul edilmektedir (Martin, Spectre, Martin ve Martin, 2003). Bu nedenle, çiftlerin evliliğe yönelik anlam ve tutumlarının bilinmesinin bu programlar için kritik bir role sahip olduğu düşünülmektedir.

Türkiye'de evlilik öncesi ilişki zenginleştirme programları oldukça sınırlı olarak yayınlanmaktadır; bu nedenle gençleri evliliğe hazırlayan programlara halen ihtiyaç olduğu düşünülmektedir (Ersanlı ve Kalkan, 2008; Pınar, 2008). Ayrıca üniversite öğrencilerinin üniversiteler bünyesinde yer alan psikolojik danışma ve rehberlik merkezlerine başvurmalarının başlıca nedenlerinden birinin genellikle karşı cinsle ilgili sorunlarla ilgili olması nedeniyle (Doğan, 2007, aktaran Doğan, 2012; Erkan, Cihangir Çankaya) , Terzi ve Özbay, 2012) evlilik öncesi dönem olarak kabul edilen romantik ilişkilere yönelik psikolojik danışma hizmetlerine ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Carroll et al. (2009), evlilik öncesi eğitimlerin hem erkek hem de ergenlik dönemindeki kızların evliliğe hazırlanmasına yardımcı olacağını vurgulamaktadır. Ayrıca, evlilik ilişkilerinde kalite ve mutluluğu artırmayı amaçlayan (Yılmaz ve Kalkan, 2010) önleyici yaklaşımı esas alan, Türk kültürüne uygun olarak tasarlanmış ve yayınlanmış, bu konuları ele alan evlilik programlarına ihtiyaç vardır. Dolayısıyla bu nitel çalışma, üniversite öğrencileri için evliliğin anlamlarını oluşturan boyutları detaylı bir şekilde açıklamayı amaçlamaktadır. Nitekim evlilik ve üniversite öğrencileri ile ilgili araştırmalara bakıldığında çoğunluğun nicel araştırma desenleri olduğu görülmektedir (Bugay ve Tezer, 2008; Çağ ve Yıldırım, 2013; Duran ve Hamamcı, 2010; Durmazkul, 1991; Efe, 2013; Hamamcı, Buğa ve Duran, 2011; Kılıç ve diğerleri, 2007; Pınar, 2008; Tutarel-Kışlak ve Çabukça, 2002; Türkaslan ve Süleymanov, 2010; Yılmaz ve Kalkan, 2010). Dolayısıyla, üniversite öğrencileri için evliliğin ne anlama geldiğini derinlemesine incelemeye ihtiyaç duyulduğundan, bu çalışma, üniversite öğrencileri için evliliğin anlamını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma sonuçlarının hem evliliği düşünen çiftlere hem de üniversite öğrencilerine yönelik evliliğe hazırlık programları ve psikolojik danışma programlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu programların içeriklerinin hazırlanmasına da katkı sağlayacaklar ve hizmet sağlayıcılara bu programların içeriklerini revize etme fırsatı vereceklerdir.

Eş Seçme Kriterleri

Eş Tercihleri Üzerine Güncel Araştırma

Eş tercihleri üzerine yapılan evrimsel ve sosyal öğrenme araştırmaları, erkek ve kadınların potansiyel uzun süreli eşlerde ne arzuladıkları konusunda hem benzerlikleri hem de farklılıkları ortaya çıkarmıştır (Buss & Barnes, 1986; Eagly & Wood, 1999; Feingold, 1992; Hill, 1945; Howard, Blumstein ve Schwartz, 1987). Hem erkekler hem de kadınlar ezici bir çoğunlukla kibar ve anlayışlı, güvenilir, düşünceli ve sosyal olarak heyecan verici gibi olumlu duygusal özelliklere sahip eşleri tercih etmektedirler (Buss & Barnes, 1986; Hill, 1945; Regan & Berscheid, 1997). Yine de, fiziksel çekicilik ve kaynaklar tercihinde belirgin farklılıklar vardır (inceleme için bkz. Feingold, 1992). Erkekler, potansiyel bir eşte fiziksel çekiciliği ve gençliği kadınlardan daha fazla arzulamaktadır (Buss, 1989; Hatfield & Sprecher 1995; Sprecher, Sullivan & Hatfield, 1994; Kenrick, Groth, Trost & Sadalla, 1993; Li, Bailey, Kenrick & Linsenmeier, 2002; Townsend, 1989). Buna karşılık, kadınlar potansiyel bir eşte mali kaynakları ve iyi kazanma kapasitesini erkek meslektaşlarından daha önemli olarak değerlendirmektedir. Çoğu çalışmanın aksine, Regan (1998), hem erkeklerin hem de kadınların fiziksel çekiciliği (örneğin, fiziksel çekicilik, seksi olma) yakından takip eden duygusal özellikleri ideal uzun vadeli bir eşte arzu edilen en önemli özellikler olarak düşündüklerini bulmuştur. Özetle, her iki cinsiyet de fiziksel çekiciliğe ve kaynaklara değer verir, ancak değişen derecelerde.

Hem sosyal öğrenme teorisi hem de evrim teorisi, kaynaklar ve fiziksel çekicilik için cinsiyet farklılıklarının var olduğu konusunda hemfikirdir; bununla birlikte, iki teori, bu cinsiyet farklılıklarının kökenlerine ilişkin açıklamalarında ve eş tercihlerinin zaman içindeki istikrarına ilişkin tahminlerinde farklılık gösterir. Sosyal öğrenme teorisyenleri, tercihlerdeki bu cinsiyet farklılıklarının kadın ve erkeklerin farklı sosyal rollerinden ve cinsiyete dayalı iş bölümünden kaynaklandığına inanmaktadırlar (Wood & Eagly, 2002). Kadınlar ev kadını iken erkekler geleneksel ekmek kazanan rolünü oynamaktadır. Sosyal öğrenme teorisyenleri, sosyal normlar ve koşullar değiştikçe eş tercihlerinin de değişebileceğini tahmin etmektedir. Eş tercihleri, bir toplumun mevcut sosyal ve kültürel normlarını yansıtmak için sosyal olarak inşa edilmektedir. Bu nedenle, işbölümü ve statüye erişimde daha eşitlikçi olan kültürlerin, eş tercihlerinde cinsiyet farklılıkları çok az olacak veya hiç olmayacaktır.

Kültürler Arası Araştırma

Eş tercihleri üzerine kültürler arası araştırmalar karışık sonuçlar bulmuştur. Eş tercihlerindeki cinsiyet farklılıklarını avcı-toplayıcı atalarımızın karşılaştığı farklı uyum sorunlarına bağlayan evrim teorisyenleri, cinsiyet farklılıklarının zaman içinde sağlam kalacağını

tahmin etmektedir. Bu tahminle tutarlı olarak, Buss (1989), 37 ülke arasında değişen iş-bölümü seviyelerine rağmen, erkeklerin fiziksel çekicilik tercihinde ve kadınların kaynaklara yönelik tercihlerinde önemli farklılıklar bulamamıştır. Yine de Kasser ve Sharma (1999), kadınların iyi kazanma potansiyeline sahip eşleri tercih etmelerinin, kültürlerin kadınların eğitime erişimini ve üreme özgürlüğüne erişimini ne ölçüde sınırladığı ile pozitif olarak ilişkili olduğunu bulmuştur. Kenrick ve Keefe (1992), Filipinler'de erkeklerin daha genç eşleri tercih etmelerinin evrensel olduğunu, ancak Amerika Birleşik Devletleri'nde yalnızca 30 yaşın üzerindeki erkekler tarafından paylaşıldığını buldu. Wood ve Eagly (2002), Buss'un sonuçlarının, iyi eğitimli ve daha yüksek sosyoekonomik statüye sahip katılımcıların aşırı temsil edilmesi gibi metodolojik kusurlara atfedilebileceğine inanmaktadır. İyi temizlik ve demografik benzerlik gibi pratik özelliklerin tercihinde başka kültürel farklılıklar bulunmuştur. Örneğin, Hindistan ve Çin gibi kolektivist kültürler, iyi ev idaresi, para fikirliliği, benzer arka plan gibi pratik özelliklere sahip uzun vadeli eşleri bireyci kültürlerden gelen insanlardan daha fazla tercih etme eğilimindedir (Buss, Abbott ve diğerleri, 1990; Sprecher & Çandak, 1992). Wallen (1989), Buss'un 1994 verilerini yeniden analiz ederken, tercihlerde daha fazla varyansın kültür mü yoksa cinsiyet mi olacağını bilmekle ilgilendi ve cinsiyetin, iyi görünüm ve finansal olasılık için tercihte varyansın %40-45'ini oluşturduğunu, oysa kültürün yalnızca %8-17 varyans açıkladığını bulmuştur.. Bununla birlikte kültür, bekaret, tercih edilen eş yaşı ve hırs tercihindeki varyansın %38-59'unu açıklarken, cinsiyet varyansın sadece %5-16'sını açıklamıştır. Böylece Wallen, eş tercihlerini tahmin etmede kültür ve cinsiyetin her ikisinin de rol oynadığı sonucuna varmıştır.

Eş Tercihi Araştırmasının Sınırlamaları

Sosyal bilimciler, eş tercihlerini sıralama (örneğin, Hill, 1945; Regan & Berscheid, 1997) ve derecelendirme (örneğin, Buss & Barnes, 1986; Wiederman & Allgeier, 1992) metodolojisi ile ilgilendiler; eş tercihleri, eş seçimi kararlarını ve gerçek eş seçimini doğru bir şekilde yansıtmamaktadır. Bir kişinin kendi eş değeri, bir eşte aranan özellikleri etkileyebilir. Örneğin, Wiederman ve Allgeier'in (1992) çalışması, örneklem popülasyonunun kadınların iyi kazanma kapasitesine ne ölçüde değer verdiğini etkilediğini bulmuştur. Üniversiteli kadınların beklenen gelirinin, potansiyel bir eşin mali durumunun iyi olmasıyla ilgili olarak pozitif olduğu bulundu; bununla birlikte, topluluktan kadınları örneklediklerinde, topluluk kadınlarının beklenen gelirinin, potansiyel bir eşin iyi kazanma olasılığının önemi ile ilgisi olmadığını bulmuşturlar. Townsend (1989), kadın tıp öğrencilerinin, beklenen gelirleri beklenen gelirlerine eşit veya daha yüksek olacak potansiyel eşleri tercih ettiğini bulmuştur.

Ayrıca, bir kişinin sosyal bağlamı, hangi özelliklerin diğerlerinden daha önemli olduğunu belirleyebilir. Daha az önemli özellikler takas edilebilir. Örneğin, kadınların hem fiziksel

çekiciliğe hem de potansiyel uzun vadeli bir eşteki kaynaklara değer verdikleri gösterilmiştir (Waynforth, 2001). Bununla birlikte, kadınlar potansiyel bir eşte fiziksel çekiciliğe değer verse de; kaynaklar için fiziksel çekiciliği takas etmeye isteklidirler. Benzer şekilde, kadınlar, bu özelliklere sahip olmayan ancak kazanma kapasitesine sahip potansiyel eşlere karşı nazik, anlayışlı ve zeki potansiyel eşleri tercih etmektedirler (Buss, 1989). Kadınlar ayrıca duygusal olarak tatmin edici ve yakın ilişkiler geliştirebilecekleri potansiyel eşleri tercih etmektedirler (Buss, 1994) ve daha az çekici karaktere sahip daha çekici erkekler yerine iyi karakterli daha az çekici erkekleri seçmektedirler (Scheib, 2001). Hem erkekler hem de kadınlar, fiziksel çekicilik ve hoş mizacın bir kombinasyonuna sahip potansiyel eşleri, 1) fiziksel çekiciliğe ve zenginliğe sahip olan eşlere ve 2) hoş bir mizaca ve servete sahip olan eşlere tercih etmiştirler (Cunningham, Druen & Barbee, 1997). Li ve meslektaşları (2002), eş tercihlerini potansiyel eşlerdeki belirli özellikleri "lüks" yerine "gereklilik" olarak görme açısından daha fazla araştırdılar ve kadınların diğer özellikleri (örneğin, fiziksel çekicilik, yaratıcılık ve duygusal bağlantı) lüks olarak kabul edilmiştir. Bu araştırmalar, eş tercihlerinin karmaşık olduğunu ve bireylerin potansiyel eşlerde arzu ettiklerinden daha fazlasından etkilendiğini açıkça göstermektedir. Eş tercihleri genellikle uzlaşmadan kaynaklanır ve kişinin kendi özellikleri veya eş değeri gibi sosyal faktörlerden etkilenmektedir.

Hem evrimsel hem de sosyal perspektiften yapılan çok sayıda çalışmaya rağmen, çok azı bir bireyin gücünün potansiyel bir romantik eşteki tercihleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Bazı araştırmalar, bireyin gelir düzeyini veya sosyoekonomik durumunu kullanarak gücü incelerken (örneğin, Li ve diğerleri, 2002; Wiederman & Allgeier, 1992), diğer çalışmalar, eş tercihlerini tahmin etmek için özel popülasyonları (örneğin, hukuk veya tıp öğrencileri) kullanmıştır. (Townsend, 1989; Townsend ve Roberts, 1993). Bununla birlikte, kaynaklar ve sosyal statü, sosyal gücün tek biçimleri değildir.

Sosyal güç, bireyin psikolojik bir özelliği olarak da algılanabilir ve gücü elinde tutan deneyimler tutum ve davranışları etkileyebilir.

Sosyal Güç

En yaygın olarak, sosyal güç, A kişisinin B kişisini etkileme yeteneği olarak tanımlanmıştır (French & Raven 1959; Weis, 1998) ve kişilerarası etkinin farklı yönlerini açıklamak için kullanılmıştır. Bu tanıma göre, güç, egemenlik gibi güçlülerin bireysel özelliklerini zorunlu olarak değil, yalnızca etkileme yeteneği ve potansiyelidir. Örneğin, A kişisi B kişisini ödüllendirebilir olarak algılanır, dolayısıyla A kişisi B kişisini A kişisinin istediğini yapması için etkileyebilir. French ve Raven (1959) ilk olarak sosyal gücün beş temelini tanımlamıştır: ödül, zorlayıcı, meşru, referans, uzman. French (1965) daha sonra, sosyal gücün altıncı temeli olarak enformasyonu eklemiştir.

Sosyal güç, en yaygın olarak, bireylerin veya grupların başkalarının tutum ve davranışlarını değiştirdiği kişiler arası etki bağlamında incelenmiştir.

Sosyal gücün klasik bir örneği Milgram'ın (1974) itaat çalışmalarıdır. Milgram, katılımcıların deneyci tarafından sözlü yönlendirme yoluyla davranışlarını değiştirebileceklerini keşfetmiştir. Bu tür bir sosyal güç, etkilenen kişide davranışsal veya tutumsal değişikliklere neden olmaktadır.

Romantik ilişkilerde iktidar teorileri, bu sosyal iktidar kurgusu kullanılarak ortaya konmuştur. Waller (1931), ilişkide en az ilgi ve yatırıma sahip olan kişinin güce sahip olacağını belirten en az ilgi ilkesini önermiştir. Blood ve Wolfe (1960), ilişkiye en fazla kaynağı sağlayan kişinin güce sahip olduğu, kaynak temelli bir güç teorisi önermiştir. Güç dengesinde cinsiyet farklılıkları bulunmuştur. Erkekler, ilişkilerde daha güçlü ortak olarak algılanma eğilimindedir (Blood & Wolfe, 1960; Peplau, 1979). Romantik ilişkilerde güçlüler, çok fazla taviz vermeden istediklerini elde edebilirler (örneğin, Browning, Kessler, Hatfield & Choo, 1999; Howard, Blumstein ve Schwartz, 1986). Sosyal güç, bireylerin ilişkilerinden ne elde ettiklerini ve ilişkilerinde nasıl davrandıklarını etkileyebilirse, sosyal güç de bireylerin uzun vadeli bir eşte hangi özellikleri arzu edeceklerini etkileyebilir.

Evrim teorisyenleri, kadınların potansiyel eşleri öncelikle statü ve kaynaklara göre seçeceklerini, erkeklerin ise potansiyel eşleri fiziksel çekiciliğe göre seçeceğini tahmin etmektedir (Buss, 1989). Kadınların kaynaklar veya kazanma kapasitesi için eş tercihleri, yerleşik psikolojik mekanizmaların bir parçasıdır ve atadan kalma zamanlarda kadınların kendi gücünden etkilenmeyecektir; bu nedenle, sinirsel işleme sistemleri, yalnızca bir eşin kaynaklarının veya potansiyel kaynak kapasitesinin saptanması dikkate alınarak evrimleşmiş olurdu, ancak kendi güçleri veya kazanma kapasiteleri aracılık etmemiştir.

Buna karşılık, sosyal öğrenme teorisyenleri, evrim sürecinde insanların karşılaştıkları sosyal ve çevresel koşullarla yüzleşmek için kablolu hale geldiklerine inanırlar; vurguladıkları şey insanlığın katılığı değil, esnekliğidir. Sosyal öğrenme teorileri, sosyal davranışı şekillendirmede sosyalleşmenin ve sosyal deneyimlerin önemini vurgulamaktadır. Bu nedenle, sosyal rol teorisi (örneğin, Eagly & Wood, 1999; Wood & Eagly, 2002), Amerika'da kadınların sosyal gücünün hızla geliştiğini tahmin eder - belki de değişen sosyal roller, artan finansal bağımsızlık ve eğitim kazanımları nedeniyle (Bureau). Çalışma İstatistikleri, 2004) ve doğum kontrol hapının icadı gibi, belirli eş özelliklerine yönelik sosyal tercihler de değişebilir. Spesifik olarak, sosyal olarak güçlü kadınlar, erkeklere geleneksel kadınlardan daha fazla benzer eş tercihleri sergileyebilir. Buna karşılık, sosyal güce çok az erişimi olan kadınlar, kadınların sosyal güce çok az erişiminin olduğu toplumlarda yapılan geçmiş araştırmalarla daha tutarlı olan eş tercihlerini sürdüreceklerdir (örneğin, Wood & Eagly, 2002). Sosyal açıdan güçlü kadınlar, aynı zamanda, daha az

güçlü kadınlara göre kaynaklar için fiziksel çekicilik tercihlerini değiştirmeye daha az istekli ve daha ayrımcı olacaktır. Erkekler geleneksel olarak çok fazla güce sahip olduklarından ve erkeklerin sosyal rolleri son yıllarda çok az değiştiğinden, sosyal gücün (veya eksikliğinin) bir eşteki arzuları üzerinde daha az etkisi olması beklenmektedir.

Eş Seçiminde Tercih Edilen Meslekler

Abubakar (2002), Kenyalı üniversite öğrencileri arasında eş seçiminde tercih edilen meslekleri ve tercihlerinin arkasındaki nedenleri araştırmıştır. Ayrıca cinsiyet, yaş, öğrenim düzeyi, fakülte ve dini aidiyet gibi değişkenlerin yanıtlarına ne ölçüde temel oluşturacağının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Ana fikir, bulguların danışmanlık sonuçlarını eleştirel olarak analiz etmektir. Veri toplamak için kullanılan metodoloji bir anket tasarımıydı. Katılımcılar Kenyatta ve Nairobi üniversitelerinden 385 birinci ve dördüncü sınıf öğrencisinden oluşmuştur. Araştırmanın örneklemini geliştirmek için tabakalı örnekleme stratejisi kullanılmıştır. Veri toplamak için mesleki tercih envanteri kullanılmıştır. Hem tanımlayıcı hem de istatistiksel analizler yapıldı. Değişkenler arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek için t testi, ANOVA ve Ki-kare yapılmıştır. Öğrencilerin eş seçiminde meslekleri tercih ettikleri ve bu mesleklerin "bilgisayar bilimi", "eczacılık", "tıp" ve "bankacılık ve finans" olduğu saptanmıştır (Abubakar, 2002).

Başka bir çalışma, iki Kenya üniversitesinin lisans öğrencileri arasında eş seçiminde tercih edilen meslekleri değerlendirmiştir (Tumuti, 2012). Çalışma, farklı fakültelere kayıtlı 403 lisans öğrencisini içermektedir. Bulgular öğrencilerin eş seçiminde meslekleri tercih ettiklerini göstermiştir. Öğrenciler tarafından en çok tercih edilen meslekler bilgisayar bilimi, eczacılık, tıp, bankacılık ve finans olmuştur. Öğrenciler tarafından reddedilen meslekler şunlardır: polis, askerlik, marangozluk ve balıkçılık. Cinsiyet ve bireysel çalışma kursu, öğrencilerin tercihlerini nasıl şekillendirdiğini etkileyen iki değişkendir (Tumuti, 2012). Erkek öğrenciler yüksek kazanç potansiyeli nedeniyle meslek seçimi konusunda daha az endişe duyarken, kız öğrenciler yüksek gelirli meslekleri tercih etmişlerdir. Düşük statülü ve kazançlı meslekler reddedildi. Ayrıca cinsiyet, fakülte ve öğrenim süresi gibi değişkenlerin de öğrencilerin tercihlerinde kısmi etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin tercih ettikleri meslekleri seçme nedenleri de vardır. Erkek öğrenciler tarafından en sık verilen sebep, bir mesleğe ilişkin genel olumlu özelliklerdir. Ancak kız öğrenciler için bunun nedeni "iyi para kazandırması" olmuştur (Abubakar, 2002).

Eş Seçimi ve Eğitim Düzeyi

Araştırmalar, erkek lisans öğrencilerinin üniversite mezunu olmak için tercih ettikleri eşlere daha az önem vermelerine rağmen, lisans öğrencilerinin üniversite mezunu olmayanlara göre üniversite mezunu ortakları tercih etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermektedir (Koehler, 2005). Bunun aksine, The University of Lowa News Services

(2009) tarafından yapılan bir araştırma, erkeklerin aynı zamanda iyi bir finansal beklentiye sahip ve bekaretle daha az ilgilenen eğitimli bir kadınla giderek daha fazla ilgilendiğini öne sürmektedir. Geçmişte evlilik düzenlenmiş ve kadınların ev işlerini yapmasıyla ilgiliydi, ancak şu anda erkekler, 2008 yılında, 1939 yılına kıyasla 12. sırada yer aldıkları için zeki ve güzel kadınları aramaktadırlar.

Bu sonuçlar, kadınlar için artan eğitim ve kariyer fırsatları ve gelecekteki bir eşle mali yükleri paylaşma arzusunun artmasıyla tutarlı olmuştur (The University of Lowa News Services, 2009). Ayrıca, kadınların sürekli olarak eş seçiminde tercih ettikleri meslekler arasında, daha yüksek statülü mesleklere sahip partnerler yer almakta ve daha fazla potansiyel kariyer yönelimi olan, çalışkan ve azimli erkeklere daha fazla değer vermektedir (Malik, 2009).

Cinsiyet Farklılıkları

Nijerya'nın Güney bölgesindeki üniversite öğrencileri arasında eş seçiminin belirleyicileri araştırması Malik (2009) tarafından yapılmıştır. Örneklem, Nijerya'nın Güney Güney bölgesinden rastgele seçilmiş 1420 lisans öğrencisinden oluşmaktadır. Örneklemi, yaşları 16-46 arasında değişen (Ort.=38.89, SD =7.72) 907 erkek ve 512 kız öğrenci oluşturmuştur. Veri toplamak için kullanılan araç bir anket anketidir. Araştırmanın bulguları, öğrencilerin eş seçiminde en önemli faktör olarak karakteri düşündüklerini göstermiştir. Malik'e (2009) göre eğitim g eçmişi çoğu toplumda gelecekteki eş seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Yapılan anketlerin çoğunda kadınların yüksek öğrenimi tercih ettikleri ve hatta eş seçiminde kendileriyle aynı eğitim niteliklerine sahip eşlerin tercih edildiği bildirilmektedir. Ayrıca, kadın mezunların kendilerinden daha eğitimli erkekleri tercih ettikleri tespit edilmiştir ve Kalmijn'in (2005) araştırmasında, lisans öğrencileri daha umut verici bir mesleğe sahip üniversite mezunlarını arzuladıklarını göstermiştir (Malik, 2009). Buna ek olarak, öğrencilerin yanıtları, potansiyel eşlerde iyi eğitimli ve çekici bir mesleği tercih ettiklerini göstermiştir (Todosijievic, Ljubinkovic & Arancic, 2003). Kadın lisans öğrencilerinin, mezun olmayanlara göre üniversite mezunu ortakları tercih etme olasılıklarının daha yüksek olduğu tahmin edilmiştir. Ancak erkek lisans öğrencileri, tercih ettikleri arkadaşlarının üniversite mezunu olmalarına daha az önem vermişlerdir (Koehler, 2005; Malik, 2009). İkincisi, ebeveynlerin etkisi geçmişte çocuklarının eş seçiminde önemli bir rol oynamıştır. Çocuklarının kiminle evleneceğini onaylarlar ve onlar için evlilik düzenlemeye kadar gitmektedirler. Bu, ağırlıklı olarak gelişmekte olan ülkelerdedir (Koehler, 2005, Malik, 2009). Buna ek olarak, erkekler ev içi becerilere ve kadınlar iyi finansal beklentilere daha fazla değer verir, aslında kültürler arası olarak erkeklerin, kadınlardan daha fazla fiziksel çekiciliğe, bir eş seçiminde kadınlardan daha fazla değer verdiği bulunmuştur (Henry, Helm ve Cruz, 2013).

Almanya ve Amerika Birleşik Devletleri'nde eş seçimi tercihleri üzerine Buss (1989) tarafından iki çalışma yapılmıştır. İlk çalışmada, (Alman örneklem N = 343; Amerikan örnek N= 313) denekler, arzu edilirliklerine göre 13 potansiyel eş özelliğini sıralamıştır. İyi kazanma kapasitesi (kadınlar daha fazla) ve fiziksel çekicilik (erkekler daha fazla) değerlemesi açısından her ülkede büyük ve tutarlı cinsiyet farklılıkları tahmin edilmiştir ve bulunmuştur. En büyük kültürel farklılıklar, Alman denekler arasında daha yüksek olan iyi bir kahya olmak için bulunmuştur ve Amerikalı denekler için fiziksel çekicilik daha önemli olmuştur. Yukarıdaki çalışmayı tekrarlamak ve sonuçları genişletmek için ikinci bir çalışma kullanılmıştır. Bu, Buss (2001) tarafından genişletilmiş ve daha çeşitli bir Alman örneğiyle (N = 751) ve Amerikalılar (N = 1137 yapılmıştır. Bulgular, ülkeler içindeki temel cinsiyet farklılıklarının ve cinsiyetler arasındaki kültürel farklılıkların güçlü bir şekilde tekrarlandığını ve hem Almanya hem de Amerika'da ülkelerin, özellikler arasında çiftleşme tercihleri modellerinde olağanüstü benzerlikler gösterdiğini göstermiştir (Buss & Angleitner, 1989). Bu sonuçlar, erkeklerin üreme değeri yüksek görünen dişileri eş olarak aradıkları ve dişilerin kaynak potansiyeli oldukça umut verici olan eşleri tercih ettiği hipotezini destekliyor gibi görünmektedir. Dişiler, benzer eğitim geçmişi, güvenilir karakter, duygusal istikrar ve olgunluk, ev ve çocuk arzusu, eğitim ve zeka gibi eş özelliklerine erkeklerden daha fazla değer veriyor görünmektedir. Buna karşılık, erkekler, potansiyel eşlerde iyi aşçıya, hizmetçiye ve iffete kadınlardan daha fazla değer vermektedir.

Buss (2001) tarafından tekrarlanan başka bir çalışma, Arap Ürdün bağlamında uzun vadeli ilişkiler için uluslararası bir eş tercihleri araştırması yürütmüştür. Çalışma Khallad (2005) tarafından yapılmıştır. Nadiren çalışılan bir Arap toplumu olan Ürdün'den bir örnek kullanmıştır. Veri toplamak için kullanılan araç bir anket anketidir. Bulgular, erkek öğrencilerin ekonomik yetenek ve bağlılık gösteren eşlere daha fazla ilgi gösteren kız öğrencilere göre daha iyi görünüm ve daha genç potansiyel eşler arzuladıkları cinsiyet farklılıklarının gerçekten olduğunu göstermiştir (Khallad, 2005). Çalışma aynı zamanda Ürdünlüler arasında boşanmış kişilerle evlenmeye karşı isteksizce gözlemlenen sosyal fenomeni doğrulamıştır; bu örneklemdeki erkekler bu tür bir eş aramaya özellikle isteksiz olmuştur. Bulgular, çiftleşme davranışının açıklamalarında yer alan bazı evrimsel ve sosyokültürel kavramlar bağlamında tartışılmaktadır. Ayrıca, çalışma sırasında üniversite öğrencileri arasında eş seçimindeki cinsiyet farklılıklarının incelenmesi ciddi ilişkiler içinde olmamıştır, tercihlerinde kadınlar en talepkar seksti, bu arada erkekler tercih ettikleri potansiyellerinin fiziksel çekiciliğine büyük değer vermeye devam etmiştirler (Schwarz ve Hassebrauck, 2012).

Gana'nın Cape Coast Metropolitan Bölgesi'ndeki Göçmen Kwawu Topluluğu Arasında Evlilik başlıklı çalışma Acheampong (2010) tarafından yapılmıştır. Kwawu'nun (eş seçimi) evlilik kalıplarını keşfetmeyi amaçlamıştır. Evlilik ve göçle ilgili güncel ve ilgili literatür gözden geçirilmiştir. Cape Coast Metropolitan Bölgesi'nde yaşayan ve 18 yaşını

doldurmuş tüm Kwawu göçmenleri, çalışma için hedeflenen örneklem olarak görev yapmıştır. 200 yetişkinden sadece 119'u araştırmadan yararlanmıştır. Çalışma için hem birincil hem de ikincil veriler kullanılmıştır. Birincil veriler, görüşmeler ve odak grup tartışması yoluyla elde edilmiştir.

Kwawus, Gana'nın Doğu Bölgesi'ndendir. Geleneksel olarak, tarihsel bir temeli olan iyi bir iş anlayışına sahip kişiler olarak bilinmektedirler. Ayrıca göç ettikleri her yerde kültürlerini korumaları ve yaşatmaları ile tanınırlar ve evlilik ve eş seçimi de bunlardan biridir. İnsanlar şehir merkezlerine göç ettikçe, farklı kültürel ve etnik kökenlerden gelen insanlara maruz kalmalarının bir sonucu olarak geleneksel yaşam tarzlarının çoğunun değişmesi beklenmektedir. Bununla birlikte, Kwaw'ların geleneksel evlilik ve eş seçim tarzlarını sürdürmeye devam ettikleri anlaşılmaktadır. Bu nedenle Kwaw'lar kendi kültürlerinin dışında insanlarla ilişki kurmayan insanlar olarak algılanmaktadırlar. Bu nedenle, iç eşli insanlar olarak anılacaktır (Acheampong, 2010). Araştırma, Kwawuslar arasında eş seçimini etkileyen başlıca faktörlerden bazılarının tarih, kültürel inançlar, aşk, karakter, zenginlik, örgün eğitim ve istihdam durumu olduğunu bulmuştur. Bu bulgular doğrultusunda Gana'da aile yaşamının sürdürülebilmesi için evlilikteki kültürel değerlerin ve uygulamaların göz ardı edilmemesi önerilmiştir. Eş seçimi bir dayatma meselesi değil, kişisel tercih veya tercih meselesi olmalıdır.

Furnham'ın (2009, Furnham & McClelland, 2015) Eş Seçimi Tercihlerinde Cinsiyet Farklılıkları başlıklı çalışmasında, örneklemi 250 katılımcı (110 erkek, yaş ortalaması) oluşturmuştur.

Beş başlık (yetenek, kişilik, fiziksel, sosyal ve değerler) altında sınıflandırılan 14 arzu edilen özelliği derecelendirerek kendilerini ve ideal partnerlerini kendi sözleriyle tanımlamışlar, Beş Büyük kişilik özelliğinin kısa bir ölçümünü tamamladılar ve çeşitli kişisel ayrıntıları belirlemişler (Furnham, 2009, Furnham & McClelland, 2015). Kadınlar zeka, istikrar, vicdanlılık, boy, eğitim, sosyal beceriler ve siyasi/dini uyumluluğu erkeklerden daha fazla değerlendirirken, erkekler daha çok yakışıklılığa odaklandı. Bulgular cinsiyet, kişilik ve ideolojinin her zaman eş tercihi ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Siyasi ve dini uyumluluk, katılımcıların inançları ve değerleriyle güçlü bir şekilde ilişkilendirilmiştir (Furnham, 2009). Ayrıca, (N=668) bir örneklemle yürütülen önceki bir çalışmada, çalışma, kaynakları veya parası olan potansiyel eşler için her iki cinsiyetteki tercihleri araştırmıştır. Aslında her iki cinsiyet de parasını diğer tüm kaynakların üzerinde kazanan uzun vadeli bir eş tercihine sahip olmuştur (Jonason, Norman & Li, 2012). Kadınlar, örneğin miras gibi kaynaklarını elde etmenin diğer yollarıyla para kazanan eşleri tercih etmektedirler. Bulgular ayrıca kadınların, ilişkinin süresini dikkate almadan para kazanan eşleri tercih etme düzeylerinin yüksek olduğunu göstermiştir. Ancak erkekler, bir ilişkide kısa

sürede para kazanan bir eşle daha az ilgilenmeye başlamıştırlar (Jonason, Norman & Li, 2012).

Yukarıdaki çalışmaların tümü esas olarak iki alanla, yani eş çekiminde cinsiyet farklılıkları ve benzerlik tercihleriyle ilgilenmiştir. Bulgular, kadınların kaynaklara ve erkeklerin kadınların çekiciliğine daha fazla ilgi duyduğunu göstermiştir ve bunların tümü bazı teorik açıklamalara yol açmıştır (Furnham, 2009, in Furnham & McClelland, 2015). Cinsiyet rolü sosyalleşme hipotezi, "karşılaştırmalı yapısal güçsüzlüğün" insanları genellikle yüksek sosyoekonomik statüye sahip eşlerle evlenmeye yönlendirdiğini öne sürmektedir. Bununla birlikte, erkeklerin hizmet karşılığında değeri ölçmek için fiziksel çekiciliğin standart olmasına izin verme olasılıklarının daha yüksek olduğu söylenmiştir (Furnham, 2009, Furnham & McClelland, 2015'te).

Türkarslan ve Süleymanov (2010) tarafından gerçekleştirilen, Türkiye'de ve Azerbaycan'da öğrenim gören üniversite öğrencilerinin evlilik konusundaki görüş ve düşüncelerinin karşılaştırıldığı araştırmada, Türkiye'de öğrenim gören erkek öğrencilerin eş seçiminde en çok "eşin iyi huylu olması", "güzel olması", "aynı dünya görüşüne sahip olmak" kriterlerini, kadın öğrencilerin en çok "eşin iyi huylu olması", "aynı dünya görüşüne sahip olmak" ve "tahsilli olması" kriterlerini önemsedikleri anlaşılmıştır. Bunun yanında iki ülke öğrencileri genel olarak karşılaştırıldığında erkek öğrencilerin aradıkları özelliklerin oldukça benzer olduğu, kadın öğrencilerin ise "iyi huylu olmak, aile bağları, iyi bir meslek sahibi olması" gibi kriterlerde benzerlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmada, Türkiye ve Azerbaycan'da, üniversite son sınıfta okuyan öğrencilerin aile ve evlilik konusundaki görüş ve düşünceleri ortaya konmakta; gelecekte ailenin yapısına ilişkin muhtemel oluşumlar yorumlanmaya çalışılmaktadır. Çalışma, kullanılan kuramsal çerçeve ve araştırma konusuna uygun olarak uygulamalı sosyolojik esaslarda yürütülmüştür. Araştırmanın Azerbaycan ayağında 2007-2008 öğretim yılında Bakü, Gence, Nahçıvan, Sumgait ve Lenkeran şehirlerinde yerleşen 18 üniversitetin 530 son sınıf öğrencisi denek kısmında iştirak etmişdir. Örneklem grubunda yer alan öğrencilerin %28'i özel , %72'i kamu üniversitetlerinin öğrencileridir. (Suleymanov 2009:95) Türkiye'de tüm üniversitelerini istatistiki olarak temsil eden 12 üniversiteden 1680 öğrenci tesbit edilmiş ve bu öğrencilere soru kağıdı posta ile gönderilerek üniversite öğretim üyelerinin yardımı ile soru formu öğrencilere sınıf ortamında dağıtılarak soruların cevaplandırılması sağlanmıştır. Bunların %89.3'ü kamu, %10.7'si vakıf üniversitelerinin son sınıfında okumakta olan öğrencilerdir. Bu formlar tekrar posta ile Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğüne ulaştırılmıştır (Turkarslan, Yurtkuran 2007:53) Öğrencilerin evlilik kurumuna ilişkin görüşlerini değerlendirmek amacıyla Türkiye'de 48, Azerbaycan'da 45 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Araştırmanın soruları Türk Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü uzmanları tarafından hazırlanmıştır. Azerbaycan'da aileler çocukları evlendirmede önemli derecede rol oynadığı için, evlilik kararı ve eş seçimi üzerinde de büyük

etkisi vardır. (Kuliyeva 2005:25) Azerbaycan toplumunda gerek büyük ailede gerekse küçük ailede eşlerin evlilik kararı vermesinde ana-baba rızasının alınmasına çok büyük önem verilmektedir. (Süleymanov 2007: 532) Bu durumun araştırma sonuçlarına da kısmen yansıdığı görülmektedir. Nitekim, Azerbaycanlı öğrencilerin % 66.3'ü eş seçiminde "kararı kendilerinin vereceyini daha sonra ailelerinin onayını" alacaklarını belirtmişlerdir. Bu oran kızlarda % 60, erkekler da %64'ü beraberdir. "Kararı ailem verir sonradan benim onayımı alır" diyen öğrencilerin arasında (toplam %12.7) kızların oranı daha fazladır (%18), erkekler - %8. "Kararı ben veririm, kimseye danışmam" diyenler oranı ise çok düşüktür (toplam 6.5 %.) (Suleymanov 2009:98). Evlenecek eşin maddi durumu konusunda Azerbaycanlı genclerin %47,8 "maddi durum farkı önemli değil" seçeneğini işaretlemişler. Fakat bu konuya kızlar ve erkeklerin yaklaşımlarının farklı olduğu anlaşılmaktadır. Zira, erkek öğrencilerin önemli bir bölümü (%60) maddi durum farkının önemli olmadığını düşünürken, kızların büyük bir çoğunluğu evlenecekleri eşin maddi durumunun kendilerinden iyi ve ya aynı olmasını tercih etmektedirler (%62). (Suleymanov 2009:98-99). Bu makalenin konusu Azerbaycan ve Türkiye üniversitelerinin son sınıf öğrencilerinin aileye ve evliliğin kuruluşuna ilişkin görüş ve düşüncelerinin tespit edilmesidir. Çalışmadan elde edilen bulgulara dayanarak, gençlerin aileye ilişkin tutum ve düşünce yapıları, gençler üzerinde önemli kararlardaki etkileri, gençlerin bu hususta tutumları konusunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilir; - Karşılaştırma sırasında her iki ülkenin gençleri erkekler için en uygun evlenme yaşı hususunda aynı yaş aralıklarını düşünürken (25-29), kızlar için farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Nitekim, Azerbaycanlı kızlar kendi cinsleri için en uygun evlilik yaşının 22-25 olarak görmelerine karşılık, Türkiyeli kızlar evlilik yaşını kendileri için 25-29 yaş aralığı olarak belirtmişlerdir. Dolayısıyla Türkiyeli kızlar Azerbaycanlı kızlara göre kendileri için daha üst yaş aralığını tercih etmişlerdir. Burada üniversite kazanma yaşının ve işe yerleşmede yaşanan zorlukların etkili olduğu söylenebilir. Aynı zamanda bunu, Türkiyeli üniversite mezunu kızların kariyer yapmak isteklerinin Azerbaycanlı kızlara göre daha fazla olmalarına bağlı olarak açıklayabiliriz. -İki ülkenin gençleri seçecekleri eşte arayacakları özellikler açısından karşılaştırıldığında çok benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Erkek öğrenciler iyi huy ve güzellik tercih ederken kızlar iyi huy, iyi bir aileye mensubiyet yanında bir de erkeğin iyi bir meslek ve iş sahibi olmasını istemektedirler. -Evlilik yapmaksızın iki kişinin birlikte yaşaması konusundaki düşünceler Türkiye'deki kız ve erkekler arasında aynı çıkmıştır. Gençlerin üçte biri evlenmeden birlikte yaşamayı onaylamaktadır. Azerbaycanlı gençler bu konuda daha tutucu görüş sergilemektedirler. Evlilik yapmadan birlikte yaşamayı onaylama oranı Türkiye'deki gençlerin yarısı kadardır ve oldukça düşüktür. -Evlilikte sahip olmak istenilen çocuk sayısı bakımından iki ülke gençleri oranları farklı olmakla birlikte birbirine benzer sonuçlar ortaya koymaktadırlar. Gençler arasında en fazla iki ve üç çocuk sahibi olma düşüncesi yaygındır. Kızlar daha az çocuk sahibi olmayı isterken erkekler üç üzerinde de

çocuk sahibi olmak istediklerini belirtmişlerdir. Azerbaycanlı gençler arasında Türkiye'dekilere göre üç ve üzeri çocuk sahibi olma düşüncesi fazla çıkmıştır. -Evliliklerinde tek çocuk sahibi oldukları takdirde çoğunluğu için çocuğun cinsiyeti fark etmemektedir. Ancak her iki ülke erkek öğrencilerinin kız çocuğa göre erkek çocuk tercihleri oldukça yüksektir. -Ailelerin anlaşamadıkları takdirde boşanmasına gençlerin büyük bir çoğunluğu olumlu bakmaktadır. Evlat sahibi olmanın boşanma üzerindeki görüşlerini çok az bir oranda değiştirerek boşanma konusundaki görüşlerini olumsuz yapmaktadır. Bu bulgu araştırma sonuçları açısından dikkat çekmektedir. Boşanma konusunda erkek öğrenciler kızlara göre daha tutucu tutum içerisindedirler. Bunun sonucunda araştırma kapsamında kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha sorgulayıcı olduklarını gözlemliyoruz. Kızların bu kadar boşanmaya eğilimli olması araştırmanın düşündürücü ve bir o kadar da her iki ülkede aile kurumunun geleceği açısından tehlike boyutu yüksek olan sonuçlarından biridir. Araştırma bulguları genel olarak değerlendirildiğinde her iki ülkenin gençleri arasında evlilik kurumunun önemini koruduğu anlaşılmaktadır. Araştırma sonuçları üniversite gençlerinin aile kurma süreçlerine ilişkin davranış ve tutumlarında, eş seçim kriterlerinde evlilik kurumuna bakışlarında geleneksellikten modernliğe doğru geçişlerde üniversitede alınan eğitimin tek başına etkili olmadığını; gencin ailesinin sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerinin, bölgesel farklılıkların, kır ya da kent kökenli olmalarının, üniversitelerin türü ve yapısının da birlikte olabileceğini göstermektedir.

SONUÇ

Üniversitelerin eğitim kurumu olma asli işlevinin yanında birden çok yardımcı işlevi de bulunmakta olup bu işlevlerin en önemlilerinden biri de kuşkusuz eş seçimidir. Üniversite dönemi henüz ilk yıldan mezuniyet dönemine kadar olan süreçte bireylerin sosyalleşmelerinde farklılaşmayı içerip destekleyerek eş seçimi noktasında destekleyici faktör olmaktadır. Eş seçimi kriterleri ile yapılan araştırmalar geniş bir skalaya yayılmış olup alan yazınında zengin bir kaynak havuzu oluşturmuştur. Yapılan araştırmalar kronolojik şekilde incelendiğinde çıkan temel yargı eş seçimi kriterlerinin cinsiyete göre farklılaştığı yönündedir. Buna göre kadınlar eş seçiminde genel olarak ekonomik kaygılar ve geçim ideali gibi faktörleri kriter olarak ele alırken erkekler ise dış güzellik ve çekicilik gibi faktörlere odaklanmaktadır.

Yine eş seçimi üzerine yapılan evrimsel ve sosyal öğrenme araştırmaları, erkek ve kadınların potansiyel uzun süreli eşlerde ne gibi özellikleri arzuladıkları konusunda hem benzerlikleri hem de farklılıkları ortaya koymuştur. Her iki cinsiyet de yüksek bir oranla nazik, anlayışlı, güvenilir, düşünceli ve sosyal yönden heyecan verici gibi pozitif duygusal özelliklere sahip potansiyel eşleri tercih etmektedirler. Bununla birlikte, fiziki çekicilik ve kaynaklar tercihinde oldukça net farklılıklar mevcuttur. Erkekler, eş seçimi sürecinde fiziksel çekiciliği ve genç oluşu kadınlardan daha çok önemsemekte ve arzulamaktadır.

Diğer perspektifte ise, kadınlar potansiyel bir eşte maddi ve ekonomi olanaklar ile iyi kazanma kapasitesini erkek meslektaşlarından daha önemli olarak nitelendirmektedir. Bazı saha araştırmaları ise hem erkeklerin hem de kadınların fiziksel çekiciliği bir bütün olacak şekilde tamamlayan duygusal özellikleri ideal uzun vadeli bir eşte beklenen ve istenen en önemli özellikler olarak düşündüklerini ortaya koymuştur. Özetle, hem kadınlar hem de erkekler potansiyel eşlerinde fiziksel çekiciliğe ve mali kaynaklara değişen derecelerde önem vermektedir.

KAYNAKÇA / REFERENCES

Aytaç, S. & Bayram, N.(2001). Üniversite Gençliğinin Eş Ve İş Seçimindeki Etkin Kriterlerinin Analitik Hiyerarşi Süreci (Ahp) Ve Analizi.

Botwin, M. D., Buss, D. M. and Shackelford, T. K. (1997). Personality and mate preferences: Five factors in mate selection and marital satisfaction. Journal of Personality, 65: 107-136.

Buss, D. M. (1987). Mate selection criteria: An evolutionary perspective. In: Crawford, C., Smith, and D. Krebs, D. (Eds.). Sociobiology and Psychology: Ideas, issues and applications (pp. 335-351). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. Behavioral and Brain Sciences, 12: 1-49.

Buss, D. M. (1994). The Evolution of Desire. New York: Basic Books.

Buss, D. M. (1998). Psychological sex differences: Origins through sexual selection. In: Clinchy, B. M. and Norem, J. K. (Eds.). The Gender and Psychology Reader (pp. 228-235). New York: New York University Press. Buss, D. M. and Barnes, M. (1986). Preferences in human mate selection. Journal of Personality and Social Psychology, 50: 559-570.

Buss, D. M. and Schmitt D. P. (1993). Sexual strategies theory: An evolutionary perspective on human mating. Psychological Review, 100: 204-232.

Buss, D. M., Shackelford, T. K., Kirkpatrick, L. A., and Larsen, R. J. (2001). A half century of mate preferences: The cultural evolution of values. Journal of Marriage and the Family, 63: 491-502.

Eagly, A. H., and Wood, W. (1999). The origins of sex differences in human behavior: Evolved dispositions versus social roles. American Psychologist, 54: 408-423.

Feingold, A. (1990). Gender differences in effects of physical attractiveness on romantic attraction: A comparison across five research paradigms. Journal of Personality and Social Psychology, 59: 981-993.

Goodwin, R. (1990). Sex differences among partner preferences: Are the sexes really very similar? Sex Roles, 23: 501-513.

Greilig, H. and Buss, D. M. (2000). Women's sexual strategies: the hidden dimension of extra-pair mating. Personality and Individual Differences, 28: 929-963.

Hamermesh, D. S. and Biddle, J. E. (1994). Beauty and the labor market. American Economic Review, 84: 1174-1194.

Jackson, L. A. (1992). Physical Appearance and Gender: Sociobiological and sociocultural perspectives. Albany: State University of New York Press.

Karahan, F et al. (2004) Üniversite Öğrencilerinin Yalmzlık Düzeyleri İle Benlik Saygısı Düzeyleri Arasındaki İlişkiler. Ondokuz Mayıs

Kasser, T. and Sharma, Y. S. (1999). Reproductive freedom, educational equality, and females' preference for resource-acquisition characteristics in mates. Psychological Science, 10: 374-377.

Kaygusuz, C. (2002). Üniversite Öğrencilerinin Problem Alanları ve Bunl^m Bazı Değişkenlerle İlişkileri.E^tim Araştırmalan Dergisi, 6, 7686.

Mesnick, S. L. (1997). Sexual alliances: Evidence and evolutionary implications. In Gowaty, P. A. (Ed.), Feminism and Evolutionary Biology (pp. 207-260). New York: Chapman and Hall.

Pratto, F., Sidanius, J. and Stallworth, L. M. (1993). Sexual selection and the sexual and ethnic basis of social hierarchy. In Ellis, L. (Ed.), Social Stratification and Socioeconomic Inequality Vol. 1 (pp. 111-137). Westport, CT: Praeger.

Shaffer, R. D and Bazzini, D. G. (1997). What do you look for in a prospective date? Reexamining the preferences of men and women who differ in selfmonitoring propensities. Personality and Social Psychology Bulletin, 23: 605616.

Smith, J. E., Waldorf, V. A. and Trembath, D. L. (1990). "Single white male looking for thin, very attractive..." Sex Roles, 23: 675-685.

Symons, D. (1979). The Evolution of Human Sexuality. New York: Oxford University Press.

T.C.Resmi Gazete, 3 Şubat 1984, Sayı: 18301.

Townsend, J. M. (1989). Mate selection criteria: A pilot study. Ethology and Sociobiology, 10: 241-253.

Townsend, J. M. and Levy, G. D. (1990). Effects of potential partners' physical attractiveness and socioeconomic status on sexuality and partner selection. Archives of Sexual Behavior, 19: 149-164.

Tüik (Türkiye İstatistik Kurumu) http://www.tuik.gov.tr/prehaberbultenleri.do?Id=8428 (10.10.2011).

Wiederman, M. W. and Allgeier, E. R. (1992). Gender differences in mate selection criteria: Sociobiological or socioeconomic explanation? Ethology and Sociobiology, 13: 115-124.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

EĞİTSEL OYUNLARDA KULLANILAN MEKANİKLERİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER [41]

Serdar Engin KOÇ[42]

Öz

Eğitsel oyunlar özellikle motivasyonu artıran ve öğrenme hevesi uyandıran aktiviteler içerdiği için eğitimde son yıllarda yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Bu oyunlarda kullanılan oyun mekanikleri oyunun arayüzü, öğretim prensipleri, etkileşim ve daha sonra yapılan değerlendirme süreçlerini doğrudan etkiledikleri için tasarım süreçleri pek çok farklı alanı kapsamakta ve oyunun etkili hale gelmesi için büyük önem taşımaktadır. Bu betimleme çalışmasında, oyun mekaniklerinin diğer mekaniklerle (öğrenme ve değerlendirme mekanikleri), geribildirim ve ödüllendirme sistemleri ile uyumlu bir şekilde çalışabilmesi, oyun-bazlı öğretimde kullanılan eğitimsel stratejilere uyması için nasıl tasarlanması gerektiği oyunlardaki örnekler ve iskelet yapılar ile incelenmiş ve özetlenmiştir. İncelenen araştırmalarda tasarımda dikkat edilmesi gereken noktalar arasında bilişsel yük, görev ve öğrenme amaçlarının birbiriyle olan ilişkisi, öğrenmenin taşınabilir olması görülmüş ve oyun mekanikleri ile öğrenilen bir bilginin diğer becerilerden bağımsız olması gerektiği sonucuna varılmıştır. Oyun mekaniklerinin tasarımında en çok Gagne'nin öğretim olayları, Keller'in ARCS motivasyon modeli ve Bloom'un taksonomisinden etkilendiği ve ancak kullanıldığı oyun içerisinde değerlendirilebileceği anlaşılmıştır. Bunların dışında oyun mekaniklerinin hazırlanması LM-GM (Öğrenme Mekanikleri-Oyun Mekanikleri) , DPE(Tasarla, Oyna, Tecrübe et), GOM (Oyun Nesne Modeli), ABA (Uygulanmış Davranış Analizi) vb. iskelet yapılardan etkilenerek oyunda kullanılan fantazi, oyun niteliği, gizem, gerçeklik ve bağlamla şekillenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Eğitsel Oyun, Oyun Mekanikleri, Oyun İskelet Yapıları, Öğrenme Teorileri.

[41] Tam metin yazımı yazar etki oranı: 1.yazar: %100

[42] Dr. Öğretim Üyesi Serdar Engin Koç, Başkent Üniversitesi Eğitim Fakültesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, sekoc@baskent.edu.tr, Orcid:0000-0002-1170-333X

FACTORS THAT INFLUENCE GAME MECHANICS USED IN EDUCATIONAL GAMES

Abstract

Educational games are being used as they contain activities that specifically aim to increase motivation and create a sense of learning. Since game mechanics used in these games directly affect the interface, instructional principles, interaction and assessment afterwards, their design process includes many different disciplines and it becomes very important for the effectiveness of a game. In this descriptive study, in order to understand how game mechanics can work adaptively with other mechanics such as learning and assessment mechanics, reward and feedback systems and how they have to be designed to fit with educational strategies used in game-based learning is examined and presented with samples from educational games. The examined studies reveal that important points in design of game mechanics are cognitive load, the relationship between task and learning objectives and transfer of learning and it is concluded that knowledge learnt in one mechanics should be independent of other skills. It is understood that game mechanics are mostly influenced by Gagne's events of instruction, Keller's ARCS model of motivation and Bloom's taxonomy and game mechanics can only be evaluated in the game they are used. Other than these, the preparation of game mechanics are influnced by LM-GM (Learning Mechanics-Game Mechanics) , DPE(Design, Play and Experience), GOM (Game Object Model), ABA (Applied Behavior Analysis) etc... frameworks and are shaped by the fantasy, mystery, game attributes, context and fidelity in the game.

Keywords: Educational Game, Game Mechanics, Game Frameworks, Instructional Theories.

INTRODUCTION

As the next step in interactive learning environments is to make learning authentic and create meaningful learning experiences for learners with immersive use of new technologies, through educational games, researchers have the chance to design tasks that can change and affect how learning occurs effectively.Interaction in educational games carries the key to successful learning where multiple instances of learning situations are supported by multiple tasks that are interchangable with varying degrees of difficulty, learning paths and choices. Researchers face many challenges with usage of educational games in education and game mechanics are at the heart of interaction while teaching with games. So mapping learning theories, objectives onto game mechanics becomes one of

the most important steps in teaching with educational games. These challenges form the need for guidance as a cookbook or in the form of frameworks for researchers and developers who are interested in educational games. These frameworks combined with game mechanics can become the key for increasing quality of educational games where gaps due to insufficient data are reported by Pesantes and Rivera (2017). The idea of manipulating game mechanics to effect learning process and outcome came from research of Roozeboom et al., (2017) where they found consistent learning features that explained learning outcomes in a longitudinal study. With these in mind, this paper aims to develop instructions/procedures for the creation and usage of game mechanics in serious games drawing principles obtained from research about reward and feedback systems, theories and frameworks and game design.

Game mechanics are considered as the actions simple as drag-drop, point-click, or complex as creating tools or certain gestures that can be picked up by receptors. There can be many game mechanics based on the learning situations but basically game mechanics are what learner can do in an educational game. In order to be motivating, engaging and exist as both simple and complex relations to learning. Game mechanics being the basic units of an educational game for interaction has to allow what feels natural to the learner and avoid redunduncy with links to competencies, values through tasks in an educational game. Also engagement in gameplay and repetition with continuous active gameplay are necessary for learners to benefit from educational games. Lameres et al., (2016) emphasize mapping learning elements to game attributes in expanding learning experiences.

The relation between learning mechanics and game mechanics answers questions to what, why and how about the learning subject. The details of the subject come to the surface in using game mechanics. What we try to reach with game mechanics is intrinsic learning such that "… task learner in the game, maps directly on to the challenge faced in the world." (Linehan, Kirman, Lawson, &Chen, 2011, p. 1981). It is apparent from research of Habgood (2007) that integration of learning with game mechanics is superior in terms of learning instead of addition to them.

Interaction and feedback are named amongst the factors that assist learning in serious games. Game mechanics are the main functions that take on a role in both these factors. Building positive expectations through game mechanics comes in the form of showing progress and using signs showing that learner is in the right path. This requires game mechanics that provide training media, feedback mechanisms within game mechanics that shows clues to the learner in different ways.

The principles that game designers use is crucial in determining the success of a well planned learning experience. Gunther et al., (2006) finds Keller's ARCS motivation model (Keller, 1987), Gagne's events of instruction (Gagne, 1985) and Bloom's Taxonomy (Bloom, 1956) as closely related to game design principles.

It is apparent that game mechanics used in educational games benefit from lots of different frameworks, theories and design principles. Therefore, the aim of this study is to understand what factors affect game mechanics in what ways to make suggestions about future research in educational games.

METHOD

This study is descriptive in nature and content analysis of important articles that oversees the use of game mechanics and its relation to specified themes. The researcher used coding in inductive format and developed themes according to these codes.

FINDINGS AND COMMENTS

In this section, the themes will be provided with examples from literature. Mainly themes are theories, frameworks, reward and feedback mechanisms and learning.

Gagne believes that for successful learning, learning outcomes should be associated with skills, verbal information and attitudes and he couples them with events of instruction. He provides mastery, sequencing and instruction of a set of tasks directed towards final task of learning. The external and internal conditions for tasks to become successful seems to be mixed in gaming media as the environment contains certain factors that facilitate attention and motivation. It is difficult to separate game mechanics from its environment. Game mechanics can only be evaluated in the game that they are used.

Game mechanics are mostly useful in application of competency of Bloom's taxonomy. Bloom's taxonomy differentiates learning activities according to their complexity as: Remember, Understand, Apply, Analyze, Evaluate and Create. The presentation of a problem using cutscenes or other means in games and applying rules that constitute the learning mechanism finds its embodiment in game mechanics. Gunther et al., (2006) also studied how Bloom's taxonomy can be useful for the production of game mechanics in terms of how knowledge can be gained. In this taxonomy, interest and attention go into affective domain. In game mechanics, the integration of intellectual, affective and psycho-motor skills for a retainable learning experience must be fulfilled.

OxyBlood (Barbosa & Silva, 2011) shows videos during the game that can be skipped for relevant information and functioning of the game. The authors claim that it is to keep a focused state without the disturbance of the game. Also experiential learning (Kolb, 1984)

features overlap with other forms learning in presentation of problem in games when narrative or story of game creates meaningful, natural problems that occur out of events and experience. If game mechanics are designed according to the ongoing story of the game, many different pathways and learning experiences can be shown for each feature of the subject to be learned. Experiential learning suggests that competence and autonomy of the learner can be supported through well-built scenarios. Sometimes the problem presentation can give hints about what will be required to complete the objective of the game in that phase. This may assist in certain modifications of the avatar or tools the learner uses. Experiential learning concept plays important role to tie the interaction to learner's experiences. In experiential learning, working with authentic problems is essential in an information enriched environment (Kirschner et al., 2006). This requires active learning which depends on engagement that game mechanics provide. Implementing this in games creates familiarity with today's students and further attempts by game mechanics should include the social part of learning. That is why some games have leader-boards and social structures such as buying houses, becoming part of community. As learners become more familiar with the game as in a society or community, their motivation to learn and explore increases. Experiential learning aims to develop autonomy among learners and this requires certain instructional support with game mechanics. Experiential learning also encourages learners to take corrective actions when they evaluate game or learning outcomes. That is why it is important that learners have enough trial error attempts and alternative pathways are there for finishing game successfully.

Keller's ARCS model is about the readiness of the learners to learn which is motivation. Here sensory stimuli, relevance, challenge level and satisfaction as factors that affect motivation throughout the game come into play. When we apply Demsey and Johnson's (2004) rubric to game mechanics, we see that novel and natural game mechanics should be used to gain and maintain attention. This rubric contains categories and instructional questions to reach the accomplishment of answers to these categories. Sensory stimuli and game mechanics work in connection, since we know even movement is a game mechanic so that the learner has to feel that he is moving with sound and corresponding light effects as well as responses from the environment. Stimulating inquiry rests within the narrative of the game as well as game mechanics interaction in the game to represent casualty. Fantasy and mystery play major roles for attention and an attitude of inquiry and variability of game mechanics. Goal orientation representing learning success, instead of performance orientation representing success in the game should be implemented as it lets learners make trial-error operations.

Gunther et al., (2006) points out that stimulating recall and retention and transfer do not match events that can be created by game mechanics. The researcher believes that can be

achieved with briefings and repetition of tasks that build upon previous tasks which requires gained information to be completed. Debriefing is the review of what is achieved in a game and it provides joining of real world and the game mechanics. It is ideal if game mirrors some events directly to the real world but some events remain only for the learning activities. Debriefing process increases its potential for learning when it is accompanied by activating reflection.

Patino et al., (2016) presents the relationship between learning theories with learning mechanics and game mechanics. While the authors give an explicit relation, the researcher believes that the learning and game mechanics do not have enough depth or they are represented as in macro level whereas in games they are used in micro level. However action/task and plan component of learning mechanics and design/editing, resource management examples of game mechanics are valid in serious games.

Linehan et al., (2011) suggests that the approach of designing an educational game should be similar to that of entertainment games. Also they suggest that Applied Behavior Analysis (ABA) framework to break down complex challenges and studied individually so each can be learned before they become complex. This also fits when preparing immediate or long term goals in the game to keep the learner occupied at different levels with mental models of the game. The standards set by ABA makes replayability of the game possible at various stages as it sets high performance to pass the challenge or level of the game. According to ABA, rather than playing and testing, the behavior that is observed should be understood from the learner's actions. That is why the level of the game mechanics must be able to show interactions possible at the deepest level of subject matter. APA also suggests that a game mechanic should reflect the degree of familiarity the learner holds with the learning material.

Learning outcomes such as skill and cognitive outcomes form the backbone of learning mechanics in games as they hold the depth of information that must be recognized, applied or performed on different contexts. Pesantes & Rivera (2017) in their literature review about approaches to serious game design, extracted most important factors in analysis phase as educational goals, game genre and immersion that determines the ways of engaging learners, then narrative and game mechanics involved in activities. Also, rewards and feedback mechanisms gain important in this phase. In addition to these, factors that govern the design phase are interactivity, and again narrative. Motivation is prominent in all phases.

Oberdörfer & Latoschick (2018) owes successful implementation of their game to the visual demonstration coupled with computed results of variables. Also they successfully mapped rules of physics into game mechanics they used to interact with the learner. Game mechanics are mentioned in game design frameworks such as MDA and The Serious

Game Design Assessment (SGDA). They identified game design elements based on literature and research domain from learning, entertainment and gaming sources as topics.

Roungas (2016) develops a conceptual model that combines game and fun aspects with educational values. In this conceptual model it is said that game mechanics should direct behavior towards purpose. The author puts game mechanics under game design elements, however, the researcher thinks that game mechanics relationship with the game is more valid while the learner interacts with the game. Game mechanics are more complicated than just a game element but they are related to mystery, repetition, relevance, feedback and challenge as well, making game mechanics the building blocks of serious games as it carries learning mechanics and gamification metaphors within itself. The author suggests that linking game mechanics with learning models will help in devising strategies for modifying game mechanics to reach learning goals.

Most of the research studies on game design accept that pedadogy comes after the narrative or the story. Most of the articles about design select the gaming topic and learning objectives then they select the game genre. In selecting the game genre, either they select Bloom's Educational Objectives, Gagne's Events of Instruction, distinct styles of learning or they relate learning techniques with activities and genres. Some authors put the narrative at the heart of the serious game and maintain a more hierarchical design of chapters and scenes of the game (Lope at al., 2016), whereas some create methodologies that aim at a specific genre of games (Marchiori et al., 2012) and others focus on the activity/task of learning (Moya et al., 2016). For the creation and usage of game mechanics Mechanics, Dynamics and Aesthetics (MDA) (Hunicke et al.,2004) and Design, Play and Experience (DPE) are preferred.

In MDA, game mechanics constitute the main components of the game emphasizing the importance of game mechanics. Aesthetics is the game component that stimulates the required emotional responses and the emotional component of the gamet that depends on fidelity and novelty. DPE framework is meant as an expansion of MDA to overcome its limitations and to clearly form a suitable means of communication between stakeholders of game design through processes. Many games are being developed using DPE and MDA frameworks in combination with theories that are mentioned here such as CyCoComEx, CyberGrind Overdrive, Chaos King, Quantum 3 and RoboDirekt(Gel Games). According to Game Object Model (Amory,2007) the pedagogical and theoretical components form the abstract i.e the learning mechanics, whereas game mechanics consists of the concrete interface. While LM-GM (Arnab et al,2015) framework provides game designers an analytical tool for the purpose of relating learning mechanics to game mechanics, it defines this relation in terms of incorporating pedagogical concepts in game mechanics.

Game mechanics helps in the transformation of learning activities into outcomes, feedback and assessment. Information about how to link learning attributes and scaffolding to game mechanics and dynamics would optimize design of games for learning as well as establishing documentation of common vocabulary for important design features. Such an attempt to visualize a common Game Design Document (GDD) for all stakeholders to understand and use is created by Roungas (2016), who identifies a conceptual model for serious game design that defines design environment and a more solid formation for building a GDD to emphasize and analyse the aspects of the game. GDD is a shared document to use when designing games by people with different backgrounds such as educators, artists and programmers. That's why GDD has the potential to establish communication and is subject to interpretation by all stakeholders. While GDD is useful to establish communication among design-team members, it does not seem possible to have a generic design process that fits most serious games. All features of game mechanics related to design concept and how they fit in these concepts are reflected in the following sections.

Integrating digital game into the curriculum requires the explanation of why the game is beneficial and how goals in the game do not go off track from learning objectives. Design requires that knowledge is encoded by segmenting what is learned into rules that are mapped on game mechanics. To activate the kind of engagement that learners need, an educational game should include challenge, curiosity and imagination. It is the teachers' duty to implement how learning and game mechanics are related in a game. Moreover, realism, adaptivity, interaction, feedback and afterwards briefing need to be integrated into serious games. According to Whitton(2010) the link between intrinsic motivation, engagement and effective instruction is valid. Game design should include game mechanics aligned with learning outcomes to ensure engagement strategies are successful. At the game design stage, it is apparent that game genre is important for selecting learning objectives and game mechanics. What to be kept in mind in design stage or while designing games is that problem presentation is the backbone for games to cause meaningful learning. Also selection of strategies, manage direction of activities and making decisions that affect the outcome of the activity are meant to be left to the learner where support is given through game mechanics with feedback and reward systems.

Some games use mini-games in addition to the normal game flow that represent more arcade-like features. An example is Clean World by Barbosa et al. (2014) where they used a garbage tetris game as a mini-game. This part was scored as the most liked feature of the game by the participants. It was liked because the game was directly related to separating materials for recycling purposes and it was based on color as it was in real life where we separate "…green button to glass, blue button to paper, yellow button to metal and red button to plastic…" (Barbosa et al., 2014, p.6). If games are directly related to

problem presentation or objective then they can be used as they open ways for new learning opportunities. Same way, Mass Effect made it possible to search planets and extract raw materials for making tools for mission of the game. The synthesis competence on the other hand, requires the creation of tools with game mechanics. If the learner can construct and solve problems using these tools, it would open another dimension of learning that makes long term retention of knowledge possible.

Kazımoğlu et al., (2012) build a serious game called Program Your Robot that shows good examples of synthesis and problem presentations. The problems are the objects on the way to the teleporter in the game and the synthesis is the code for solution that learners create to reach destination. As learners write a code, they build structure from variables and functions that use algorithms. They can see the consequences of actions and use a debug mode for errors. As game mechanics give feedback in this way, it is a successful way to learning subject. Also the scoring mechanism favors using functions rather than commands so it influences deep game play. Such novel game mechanics can also be observed in famous Fallout (Interplay) game where the player has to either sequence events and test them in a restricted environment and devise different strategies for battle against various opponents. As seen here, variety of game mechanics increase interest of learners and help them create repetitive processes until they learn to benefit from the games. To best meet learner needs at any time in the game and keep them ready to learn, resource management and live feedback are required of game mechanics.

Authentic contexts need fidelity in games in terms of how close the artificial intelligence, audio and graphics represent reality. We see that when game mechanics clearly need to apply certain principles or laws that are subject to be taught. To keep learner motivated, increasing levels of challenge, random events such as are implemented. As seen, game mechanics play important roles in revealing instructional means via fantasy, context and fidelity. Fantasy helps learning in a way that is contextualized rather than generic. Game mechanics should allow flexibility, bending of rules in real life to give unique experiences to learners such as walking through walls.

Immersion in game exist if control in the environment is natural, variety of information fulfill the senses with quality materials. This leads to better engagement and better retention of information. To transfer skills, confidence should be built with games increasing in difficulty by time. Mystery in games can be established several ways with game mechanics. Features that game give control of visual clarity, experimenting, zooming, inspecting and evidence collection improve mystery and create a sense of discovery using means game mechanics provide. This also supports the discovery of each part of a puzzle with every challenge and sets purpose of the activity.

DISCUSSION, CONCLUSION AND SUGGESTIONS

In this section, the conclusion and suggestions for the usage and design of game mechanics are given. This research study defines in detail the function of game mechanics and what influences its design and implementation in educational games. The results reached by examining the literature gave crucial information from previous literature reviews and books.Making engagement stronger is a primary objective of game mechanics that is why tasks should be divided in steps and to make thinkers and develop learners with 21 century skills, game mechanics should contain mechanisms that involve searching, discerning and evaluating information that makes use of negotiation and decision making processes. Representation of problems in educational games becomes very important in transfering knowledge to other situations. As learners develop a perception of learning through interactions, game mechanics embedded in the tasks must follow certain design rules. These rules were mentioned in the frameworks and the techniques they used are valuable in integration of game mechanics into games such as mapping mechanics into learning objectives and having a conceptual model for design. As game mechanics play a central role in learning with educational games the followings are suggested for design and implementation:

- Feedback as part of game mechanics, should not interrupt game flow and as game mechanics it should evolve as the game gets more complicated.
- Game mechanics can be granulated for learning objectives as they are required for tasks of increasing difficulty.
- Game mechanics can take time to learn, for future studies, this time should be estimated.
- Learners benefit from the usage of game mechanics as tools in a game as this gives control to the learner and let him set his own choices.
- Game mechanics should be built with giving room for certain enhancement or modularity. This should keep the learners interested.
- In game, learning tasks should contain enough practices for balancing learning and application of game mechanics.
- Game mechanics should be unique in order to be relevant and prevent redundancy.

REFERENCES

Amory, A. (2007). Game object model version II: A theoretical framework for educational game development. Educ. Technol. Res. Dev. 2007, 55, 51–77. doi:10.1007/s11423-006-9001-x.

Arnab, S.; Lim, T.; Carvalho, M.B.; Bellotti, F.; de Freitas, S.; Louchart, S.; Suttie, N.; Berta, R.; De Gloria, A. Mapping learning and game mechanics for serious games analysis. British Journal of Educational Technology 46, 391–411. doi:10.1111/bjet.12113.

Ávila-Pesántez, D., Rivera, L. A., & Alban, M. S. (2017). Approaches for serious game design: A systematic literature review. The ASEE Computers in Education (CoED) Journal, 8(3).

Barbosa, A. F., & Silva, F. G. (2011, November). Serious Games: design and development of OxyBlood. In Proceedings of the 8th International Conference on Advances in Computer Entertainment Technology (pp. 1-8).

Bloom, B. S. (1956). Taxonomy of educational objectives. Vol. 1: Cognitive domain. New York: McKay, 20(24), 1.

De Lope, R. P., & Medina-Medina, N. (2017). A comprehensive taxonomy for serious games. Journal of Educational Computing Research, 55(5), 629-672.

Dempsey, J. V. & Johnson, R. B. (1998). The development of an ARCS gaming scale. Journal of Instructional Psychology, 25 (4), 215-221.

Gagné, E. D. (1985). The cognitive psychology of school learning. Boston, MA: Little, Brown and Company.

Gunter, G., Kenny, R., & Vick, E. (2006). A Case for a Formal Design Paradigm for Serious Games. The Journal of the Internation.

Habgood, M.P.J., 2007. The Effective Integration of Digital Games and Learning Content. Available at: https://eprints.nottingham.ac.uk/10385/1/Habgood_20.

Hunicke, R. 2004. ìAI Babysitter Electiveî. Lecture at Game Developers Conference Game Tuning Workshop, 2004. In LeBlanc et al., 2004a. Available online at: http://algorithmancy.8kindsoffun.com/GDC2004/AITutorial5.ppt

Kazimoglu, C., Kiernan, M., Bacon, L. & and MacKinnon, L. (2012) A serious game for developing computational thinking and learning introductory computer programming. Procedia - Social and Behavioural Sciences, 47. pp. 1991-1999. ISSN 1877-0428 (doi:https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.06.938)

Keller, J. M. (1987). Development and Use of the ARCS Model of Instructional Design. Journal of Instructional Development, 10(3), 2–10. http://www.jstor.org/stable/30221294.

Kirschner, P.A., Sweller, J., & Clark, R.E. (2006). Why minimal guidance during instruction does not work: An analysis of the failure of constructivist discovery, problem-based, experiential, and inquiry-based teaching. Educational Psychologist 41(2), 75-86.

Lameras, P.,Arnab, S., Dunwell, I., Stewart, C., Clarke, S., & Petridis, P. (2016). Essential features of serious games design in higher education: Linking learning attributes to game mechanics. British Journal of Educational Technology, 48(4),972-994. doi:10.1111/bjet.12467.

Linehan, C., Kirman, B., Lawson, S., & Chan, G. (2011). Practical, appropriate, empirically-validated guidelines for designing educational games. In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems 1979-1988).

Marchiori, E. J., Torrente, J., Del Blanco, Á., Moreno-Ger, P., Sancho, P., & Fernández-Manjón, B. (2012). A Narrative metaphor to facilitate educational game authoring. Computers and Education, 58(1), 590–599. doi:10.1016/j.compedu.2011.09.017

Moya, S.; Tost, D.; Grau, S.; von Barnekow, A.; Felix, E. SKETCH'NDO: A framework for the creation of task-based serious games. J. Vis. Lang. Comput. 2016, 34-35, 1–10. doi:10.1016/j.jvlc.2016.05.002.

Oberdorfer, S., & Latoschik, M. E. (2018, September). Gamified knowledge encoding: Knowledge training using game mechanics. In 2018 10th International Conference on Virtual Worlds and Games for Serious Applications (VS-Games) (pp. 1-2). IEEE.

Patino, A., Romero, M., & Proulx, J. N. (2016, September). Analysis of game and learning mechanics according to the learning theories. In 2016 8th International Conference on Games and Virtual Worlds for Serious Applications (VS-GAMES) (pp. 1-4). IEEE.

Roozeboom, M. B., G. Visschedijk, G., & Oprins, E.(2017). The effectiveness of three serious games measuring generic learning features. British Journal of Educational Technology, 48(1), 83–100.

Roungas, B. (2016). A Model-driven Framework for Educational Game Design. Int. J. Serious Games, 3.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

FOTO REALİZM'İN SANAT ONTOLOJİSİ BAĞLAMINDA TEMELLENDİRİLMESİ VE ANLAMSAL BOYUTU

Adnan YALIM[43]

Öz

Foto Realizm ya da foto gerçekçilik, 1960'lardan itibaren Amerika'da Pop Art sanat akımı içerisinde gelişerek, zamanla başlı başına bir sanat anlayışı olarak ortaya çıkmıştır. Zaman içerisinde popülaritesi artan foto realizm, bugün için evrensel boyutta etkisini sürdüren bir sanat akımı olarak varlığını devam ettirmektedir. Bununla birlikte var olan bir gerçekliğin yani fotoğrafın, yeniden üretilerek resme yansıtılmasının, yaratıcılık yoksunluğu dolayısıyla klasik resim sanatıyla kıyaslandığında özgünlükten uzak oluşu bakımından foto-realizm önemli eleştiriler almaktadır.

Bu çalışmada, foto realizme yöneltilen eleştirilerin aksine, foto realizmin kendi başına taşıdığı özgünlüğe odaklanılmaktadır. Her şeyden önce foto realizmde resim, her ne kadar fotoğraftan yola çıkılarak yapılmış olsa da, ortaya çıkan ürün fotoğraftan bağımsız anlamsal içerik taşımaktadır. Zira sanatçının kullandığı teknikten malzemeye, kişisel tavrından üslubuna ve yorumlama şekline kadar uzanan bir anlam dünyası içinde, fotoğraf kendi varlığını yitirerek yeni bir varlığa dönüşmekte; fotoğrafın mekanik yüzeyselliği, sanatçının duygular ve anlam dünyasıyla yeniden yoğrularak bambaşka bir anlam kazanmaktadır. Ezcümle çalışmanın iddiası, foto realizmin kendi içinde başlı başına bir özgünlük ve yaratıcılık taşıdığıdır. Bu iddiadan yola çıkılarak; çağdaş sanat ontolojisi bağlamında foto realizmin anlamı sorgulandıktan sonra fotografik imgenin resme dönüşmesiyle ortaya çıkan yeni gerçekliğin, yeni resim anlayışının, resim sanatı açısından ne ifade ettiği ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Realizm, pop-art, foto realizm, sanat ontolojisi

[43] Dr., İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim-iş Öğretmenliği Programı, Adnan.yalim@inonu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-9503-795X

FOUNDATION OF PHOTO REALISM IN THE CONTEXT OF ART ONTOLOGY AND ITS SEMANTIC DIMENSION

Abstract

Photo realism has developed in the Pop Art art movement in the USA in 1960s, and over time has emerged as an understanding of art in its own right. Photo realism, which has increased in popularity over time, continues its existence as an art movement that maintains its influence on an universal scale today. However, photo-realism receives significant criticism in terms of the fact that an existing reality, that is, photography, is reproduced and reflected in picture, is far from authenticity compared to classical art of painting due to the lack of creativity.

In this study, the focus is on the authenticity that photo realism carries on its own, in contrast to the criticism directed at photo realism. First of all, in photo-realism, although the painting is based on photography, the resulting product has a semantic content independent of photography. Because in a world of meaning that ranges from the techniques used by the artist to the material, from his/her personal attitude to his/her style and way of interpretation, photography loses its own existence and turns into a new entity; the mechanical superficiality of photography gains a completely different meaning by remixing with the artist's world of emotions and meaning. Briefly, the claim of the study is that, photo realism carries an originality and creativity in itself. Based on this claim; after questioning the meaning of photo realism in the context of Contemporary Art ontology, it will be attempted to reveal what the new reality, new understanding of painting, which occurs when the photographic image turns into painting, means in terms of the art of painting.

Keywords: Realism, pop-art, photo-realism, art ontology

GİRİŞ

Foto Realizm; günümüz resim sanatının en yaygın sanat anlayışından biridir. Evrensel düzeyde kabul gören bu sanat anlayışı, ortaya çıktığı ilk günden itibaren birçok tartışamayı da beraberinde getirmiştir. Fotoğrafın yani mekanik bir gerçekliğin, doğanın yeniden üretimi olan fotağrafın resme aktarılmasıyla ortaya çıkan bu yeni gerçekliğin yeni resim anlayışının, ne olduğu sorusu sanat açısından değeri tartışmaların hep odağında olmuştur. Rönesansla başlayan naturalist resim sanatının hareket noktası doğa olmuştur ve sanatçı içinde yaşadığı dış gerçekliği kendi çağının sanat anlayışına uygun bir biçimde yansıtmıştır. Naturalist Resim Sanatı baştan sona bir kurgudur, resmi oluşturan bütün

ögeler ki bunlar kompozisyon, biçim, leke renk armoni gibi ögelerin en yetkin bir biçimde bir araya gelmesi ile oluşan uyum, sanat yapıtının değerini ortaya koyar ve bu sanatçının kendi yaratıcı zekası ve yeteneğinin bir sonucudur. Ve bu süreç sonunda ortaya çıkan sanat yapıtı özgün olduğu ölçüde değerlidir ve sanatta belirleyici olan biricik ve tek olma ve özgünlüktür. Buna karşılık Foto realizmde belirleyici ve bağlayıcı olan şey ise fotoğrafın kendisidir ve sanatçının görevi de fotoğrafı resimsel alana taşımaktır. Aslolan şey fotoğrafa sadık kalarak bire bir aktarmaktır. Bu bağlamda naturalist resimdeki özgünlük yerini ustalık ve yetkinliğe bırakmaktadır. Teknik beceri ve ustalık bir sanat eserinin biricik ve özgün olması için yeterli olup olmadığı tartışmalıdır. Pop art ve Foto Realizm'i Klasik sanata biçim veren onu oluşturan, estetik ve sanat felsefeleri ile açıklanamaz ancak post modern estetik ve sanat felsefesi içinde değerlendirilebilir çünkü foto ralizmin 19.yüzyıl realizm sanat anlayışı ile ortak yönleri olsada foto ralizm, yeni gerçekçilik, post modern sanat anlayışının bir sonucudur. Klasik naturalist resimle kıyasladığında, aurasını, halesini yitirdiği eleştirileriyle karşı karşıya kalan foto realizmin sanat ontolojisi açısından ne ifade ettiği sorusuna cevap aranmıştır.

Bu bağlamda bu çalışma, sanat değeri tartışmalı olan foto realizm'in Sanat ontolojisi açısından ne anlama geldiği, ontolojik eleştirinin öngördüğü kriterleri karşılayıp karşılamadığı, bir sanat değeri olup olmadığı sorusuna cevap bulmayı hedeflemiştir.

Bu çalışma; Foto realzm'i daha iyi anlamak, kavram yanılgılarına düşmeden onu sanat tarihi bağlamında yerli yerine oturtmak adına foto realizm; sanat felsefesi ve sanat tarihi açısından araştırmayı, foto realizmin ontolojik açıdan sanat değerini ortaya koymayı amaçlamıştır.

ANTİK YUNAN'DAN EMPRESYONİSM'E RESİM SANATINDA REALİZM

Atik Yunan Sanatı

M.Ö 4. yüzyıldan itibaren Antik Yunan Sanatı; Felsefenin bir bilim dalı olarak ortaya çıkmasından sonra, naturalist bir yönde gelişir. Platon ve Aristo'nun estetik ve sanat felsefesi naturalist sanatın biçimlenmesinde belirleyici olmuştur. Platon'a göre sanat bir yanstımadır, duyular yoluyla algıladığımız dış gerçekliğin yansıtılmasıdır ve sanat bu gerçekliği olabildiğince aslına sadık kalarak yansıtmalıdır. Buna karşılık Aristo'nun sanat görüşü olarak platondan ayrılır ve sanatın ancak genel olanı yansıtmasını gerektiğini ileri sürer. Sanat ancak genel olanı yansıtabilir. Sanatçı genel olanı yansıtmak için formu belrtmeye yarayacak şeyleri seçerek alır gereksiz ayrıntıları atar. Rastlantısal ve tesadüfi olanı ayıklar, bu seçme ve ayıklama sonunda elde kalan mevcut form yeniden biçimlendirilir ve yeni bir biçime ulaşılır. Sanat doğayı körü körüne taklit etmek değildir. Sanatın görevi güzelliği yaratmaktır, güzelliğin kaynağı doğadır. Antik Yunan sanatı doğadan hareket eder ama o ideal olanı, ideal güzelliği yansıtır.

“Bir sanat kuramı olarak Gerçekçilik, sistematik bir şekilde sanatı kuramsallaştırmaya çalışan ilk dönem filozoflarından Platon ile Aristo’dan bize ulaşmıştır. Gerçekçilik akımını onlar icat etmedi ama antik Atina kültüründen miras aldılar. Bugün eksik ya da parçalar halinde olsa da bazıları hala elimizde olan sohbetlerinde, yazılarında bu konu üzernde düşündüler. Platon ile Aristo’nun ‘’ gerçekçilik’’ kavramları ‘’İdealizm’’ le örtüşür: Bu kusursuz ve ideal formdaki gerçektir; güzelin amacıdır. Antik Yunanlılar için gerçekçilik kusursuzluğun resmedilmesidir.’’ (Barrett, 2015: 46)

Antik Yunan sanatı; doğadan hareket etmekle birlikte; doğa gerçeğini, dış dünyayı ideal güzellik anlayışına uygun bir bir dille yansıtır, sanat realitenin ve idealitenin sentezidir. Bu yüzden; Antik Yunan sanatı bugün anladığımız anlamda gerçekçilikten uzak kalır. Heykel sanatı bu dönemde yaratıcılık ve yetkinliğin bir ifadesi olarak doruk noktasına ulaşırken, resim sanatı vazo resimleriyle sınırlı kalır. Antik Yunan da resim sanatı ancak Helenistik dönemde büyük bir gelişme gösterir.

Helenistik Dönem Sanatı

Antik Yunan sanatında; Klasik dönemden sonra ortaya çıkan sanat anlayışı Helenistik dönem olarak adlandırılır, bu dönem sanatı üslup açısından klasik dönemden belirgin biçimde ayrılır. Özellikle heykel sanatının sakin, dingin, dengeli ve ideal güzelliği yansıtan sanat anlayış yerini, hareketli, devingen, abartılı, ifadenin ön plana çıktığı bir analyışa bırakır. Bu heykellerde insanın dış gerçekliği gibi iç dünyası, pisikolojiside yansıtılmıştır.

“Fiziki gerçeğin acılığıda dramatik bir biçimde abartılarak anlatıldı. Amaç ideal güzelliği yansıtmak değil tradejiyi tasfir etmekti. En ufak hareket ayrıntısı ayrıntısı bile bu gözle incelendi. Fakat maddi ve manevi dünyaların kader karşısındaki kaçınılmaz yıkıntısının doğunun geleneksel kaderciliğinin akılcı Yunan dünyası karşısındaki bir zaferiydi.’’ (Mutlu,1977:71)

Heykel sanatındaki ifadeci, dışavurumcu tavır belirleyici olmuştur.Bu yüzden; Helenistik dönem heykel sanatı, üslup çısından bugün anladığımız anlamda gerçekçilikten uzak kalır.

Helenistik dönem resim sanatı; klasik dönemde vazo resimleriyle sınırlı kalan resim anlayışına karşılık bu dönemde büyük bir gelişme gösterir. Pompei antik kentinde bulunan duvar resimleri doğa gözlemi sonunda ulaşılan naturalist bir anlayışın sonucudur. Fresk tekniğinde yapılan bu duvar resimlerinde figürlü kompozisyolar, manzaralar, naturmortlar yer alır. Bu dönemde sanatçılar; doğa gözlemine dayanan, doğadan hareket eden resimler yapmışlardır ve iki boyutlu bir düzlem üzerinde gerçeklik yaratması yaratmayı başarmışlardır. Helenistik dönemde biçimlenen naturalist sanat anlayışı Roma resim sa-

natında, Pompei duvar resimlerindeki fresklerde gerçek kimliğini bulur. Helenistik dönem resim sanatı heykel sanatındaki ifadeci dışavurumcu üsluba karşı; Naturalist-realist bir yönde gelişir ve bu resim anlayışı Roma sanatında da devam eder.

Roma Sanatı

Yunan sanatının mirasçısı olan Roma; genellikle klasik Yunan sanatının baş yapıtlarının kopyalarını tercih etmiştir. Ama bununla birlikte resim ve heykel sanatı önemli gelişmeler kaydetmiştir, Özellikle heykel sanatında Roma ya özgü realist bir üslup ortaya çıkmıştır. Roma heykellerinde, büstlerde bu anlayış çok belirgindir, heykelin modeliyle olan bire bir benzerliği, kişinin ruh hali, pisikolojisi . modelin karekteri olduğu gibi idealize edilmeden abartılmadan heykele yansımıştır. Resim ve heykel sanatında realizm ilk defa roma sanatında ortaya çıkmıştır. Antik Yunan sanatında ortaya çıkan naturalist sanat, Klasik dönemde ideal güzelliğe Helenistik dönemde ifadeciliğe ve abartıya evrilmiştir. Resim sanatında ise helenistik resim geleneği devam etmiştir.

"Pompei , M.S.79 yılında Vezüv'ün lavları altında gömülü kalan zengin bir taşra merkeziydi. Bu kentin hemen her evinde, her konağında,duvarlara,sütun resimleri ve manzara görünümleri, çerçeveliymiş gibi görünen resimler ve öyküler canlandıran betimlemeler yapılmıştı.Pompei ile Heculaneum ve Stabiae gibi komşu kentlerdeki iç mimarların helenistik sanatçıların buluşlarından bol bol yaralandığı açıkça görülür." (Gombrıch, 1999: 113)

Roma resim sanatında Mısırda bulunan ve Faffum portreleri olarak bilinen resimler resim sanatında ayrı bir yere sahiptir. Ölen kişilerin tabutlarının baş kısmına yerleştirmek içinüzere ahşap üzerine yapılmış portreler realist portre anlayışını ilk örneklerini teşkil eder. Bu resimler Mısır sanatının geleneksel mumya tabutu resimleri ile Helenistik resim anlayışının bir sentezidir. Sonuç olarak realizm, resim ve heykel sanatında üslup olarak ilk defa Roma sanatında ortaya çıkmıştır.

Roma İmparatorluğunun M:S sonra 395 tarihinde doğu ve batı olarak ikiye ayrılmasından sonra Doğu Roma Bizans adıyla eğemenliğini sürdürmüştür.Roma topraklarında hızla yayılan hırıstiyanlığın bizans'ta 391 yılında resmi devlet dini olarak kabul edilmesinden sonra; Köklerini antik Yunandan ve Romadan alan naruralist sanat anlayışı yasakanmış yerini soyutlamacı ve sembolik sanata bırakmıştır. Sonuç olarak; Ortaçağ Bizans sanatının oluşumunda, tek tarılı bir inanç sistemi, Hıristıyanlık belrleyici olmuştur. Bu sanat soyutlamacı ve sembolik sanat anlayışı yaklaşık bin yıl boyunca ta Rönesans'a kadar devam etmiştir.

Rönesans Resim Sanatı

Rönesans; yeniden doğuş ve canlanma demektir. Sanattan, bilime dinsel reformlardan felsefeye kadar birçok alanı kapsayan bu hareket, aynı zamanda yeni bir çağın başlangıcıdır. Bu yeniden doğan ve canlanan şey Antik Yunan ve Roma'nın düşünce ve kültür dünyasıdır. Orta Çağ'da skolastik düşüncenin Antik Yunan ve Roma sanatına özgü naturalist sanatı yasaklayıp, doğu akdeniz sanatına özgü; soyutlamacı sebolik ve şematik bir sanat anlayışını yeğlemiştir. ve bu sanat anlayışı orta çağ boyunca değişmeden çağlar boyu devam etmiştir.

Rönesans resim sanatı; orta çağın şematik soyutlamacı ve sembolik sanat anlayışından kurtulmak, Rönesans'ın ruhuna denk düşen naturalist bir sanat anlayı oluşturmak amacıyla Antik Yunan ve Roma sanat eserlarin incelemiş ve bu dağarcıktan olabildiğince yararlanmıştır. Naturalist bir resim anlayışı oluşturma yolunda, erken rönesans sanatçıları Giotto ve massagio uzun bir doğa gözlemi sonunda devrim niteliğinde buluşlar gerçekleştirmişlerdir. Giotto ilk defa bir figürü, ışık gölge yoluyla üç boyutlu hale getirmiş, Massagio ise bir figürü üç boyutlu bir mekan içerisine yerleştirerek resimde derinlik duygusu yaratmayı başarmıştır. Mimar Bruneleschi'nin perspektifi keşfetmesiyle birlikte resim düzleminde derinlik yanılsaması sorunu çözümlenmiştir. 16. yüzyıl Yüksek Rönesans resim sanatında, hava espasının keşfedilmesiyle birlikte daha gerçekçi ve güçlü bir derinlik duygusu yaratılmıştır.

Rönesans resim sanatı; ideal bir dünyayı dış gerçekliği yansıtmış, doğadan hareket eden ama doğayı rönesans'a özgü estetik ve sanat felsefesinin gereği ideal bir güzellik analayışına göre betimlemiştir. Aristo'dan kaynaklanmakla birlikte Platon'un sanat felsefesi yani idealar dünyası kuramı ile birlikte içselleştirmiştir. dünyanın Platon'a göre İçinde yaşadığımız dünyanın nesneler dünyası bir idealar dünyasının bir yansımasıdır her şeyin gerçeği idealar dünyasındadır, asıl gerçeklik ideallar dünyasıdır.

"Biliyoruz ki dünyada çirkin, kaba, hoşa gitmeyen şeyler, haksız olaylar vardır. Sanat eserinden zevk vermesi beklendiğine göre, bu hoşa gitmeyen şeyleri atması ve yalnız güzeli, hoş olanı seçmesi doğru olur...Yüceleştirilmiş tabiatı savunanlar, böylece, bizim gördüğümüz gerçek dünyayı hayatı değil,hayal edilen mükemmel bir dünyanın yansıtılması gerektiğini söylüyorlardı…. İdealleştirmek demek,bu düşünürlere göre gerçekliğe yaklaşmak demektir, çünkü dünyada görmediğimiz bu kişiler nesneler, daha gerçek olan idealar dünyasını yansıtır. Nesnelerin özünü vermek, bu dünyadakilerin kusurlarını silmek ve onları olduğu gibi değil, olmaları gerektiği gibi yansıtmakla kabildir…..Bunun için maddenin neden olduğu kusurları gidermrk sanatçının işidir. Bundan ötürü ressam yazar veya şairde,gördüğü gibi değil olması gerektiği gibi çizer tabiatı.'' (Moran, 2020: 34/35)

Resim sanatı belli bir yetkinliğe ulaşmış ve bu naturalist resim anlayışı Empresyonizme kadar beşyüzyıl devam etmiştir. Bu süreçte sanatın doğası gereği farklı sanat akımları ortaya çıkmış olsa da klasik resmin özü hep aynı kalmıştır.

Barok resim sanatı

İtalya'da onyedinci yüzyılda Rönesans'ın ardından ortaya çıkan Barok sanat anlayışı; İtalya'dan İspanya ve Flaman Ülkelerine kadar yayılmış ve etkili olmuştur.

''Günümüzde sıradanlaşan ve İtalyanlar'ın da benimsediği '' Barok''deyimi deyimi fransızca olmakla beraber kökeni belli değildir.Bazıları bu sözcüğün saçmalık noktasına varan mantık baroco teriminden kaynaklandığını savunur; bazıları da ''Yusyuvarlak olmayan'' bir inciye bu ad verildiğinden söz eder.''(Wöllflin, 2019: S/25)

Klasik bir ifade ile Rönesans' a karşı bir sanat anlayışı ile ortaya çıkan Barok sanat; "karşı reformasyon sanatı'' Katolik kilisanin zayıflayan otoritesini yeniden kazanma adına sanatın gücünden yararlanma çabası olarak açıklanabilir. Barok sanatın, Rönesanas ta olduğu gibi bütünlükü bir sanat felsefesinin olmaması, farklı dinamikler bu sanat anlayışının oluşumunda rol oynamıştır.

''Kilise Protestanlık'ı seçenlere karşı eski gücüne kavuşmak yolunda, bütün olanaklarını seferber ederken, sanatın da propoganda için ne kadar etkili olduğunu kavramıştır. Ressam ve heykelcilerden katolik inancın korunmasına ve yayılmasına hizmet edecek nitelikte ürünler vermeleri istenmiş, mimarlardan halkı içine çekecek, ayinlere katılmaya özendirecek güzellikte yeni kilise yapıtları beklenmiştir….. Bir sanat üslubu olarak Rönesans ne kadar dengeli, aşırıktan uzak, mantıklı ve maddeci ise, Barok da o kadar hareketli, biçimler arası ilişkileri ve sanat biçimlerini kaynaştıran bir üsluptur. Klasik anlayışın tersi bir tutumla içgüdüye duygulara düşgücüne seslenerek, gerçeğe duygulu bir derinlik kazandırmayı amaçlar. Bu açıdan barok , özellikle doğaya sırt çevirmiş Maniyerizm'den sonra doğaya yeniden dönüşün bir göstergesi, yaşanan şeylerin dışavurumcu ve izlenimci bir biçim anlayışı içinde belirtilmesidir. Barok dönem sanatçılarına göre evren, ögeleri arasındaki düzen ve uyumun oluş halindeki hareketliliği üstüne kuruludur. Oluş içindeki insan tanrının olağanüstü varlığının bir parçası değil, yalnızca evrenin birbiriyle uyumlu miltonlarca parçasından birisidir…. Barok kendini nesnel dünya gerçeğinin bir anlık görünümünden yola çıkarak,sonsuzluğa erişmek isteyen idealist duygunun dışavurumu olarak belirir. ''filozof.net/Turkce/tarihi-eserler-b/40036-barok-sanat-nedir-akimi-ozellikleri-anlayisi-hakkinda-bilgi.html''

Barok sanat, Rönesans sanatından, sanat felesefesi ve üslup açısından kesin çizgilerle birbirinden ayrılır. Rönesans resim sanatının, ideal güzellik anlayışının bir yansıması

olarak, sakin, dingin, dengeli, ağırbaşlı üslubuna karşın Barok resim sanatı ifadeci, haretli, abartılı bir üslup özelliğine sahiptir. Wölfflin Rönesans ve Barok adlı incelemesinde Barok üslubu şöyle betimlemektedir.

‘’Roma Barok üslubununbedensel idealişöyle betimlenebilir: Rönesans’ın ince uzun ve serrbest biçimleri yerlerini beceriksizce hareket eden, kasların belirgin,giysileri hışırtılı (Heraksel tipi) büyük kütlesel bedenlere bırakır…..Rönesans’ın beden duygusu bütünseldi ve bedeni sıkı sıkıya saran giysilerle bedenin dış çizgilerini hep göz önünde tutuyordu; oysa barok hiç bir açıklığa yer vermeyen bir kütleye sarınır şehvetle….İç yapı ve eklemlenmeden madddenin kendisi hissadilir. Et o kadar gergin değildir, gevşektir, Rönesans’ın sinirli kas yapısına sahip değildir.Kollar ve bacaklar serbest değildir,eklemler serbestçe hareket etmez, herşey hapsolmuştur kütleye; biçim derli topludur. dahası da var: Yaratılan bu kütle etkisine her yanda şidddetli ve yatışmak bilmez bir harekat eklenir. Sanat artık sadece hareket edenin yeniden- sunumuyla ilgilenir…..Bundan böyle varlığın yatışması değil, çalkantı ile gösterir ideal. Her yanda tutku dolubir davranış olması zorunludur, daha önce güçlü bir yaşamın doğasının basit ve kolay anlatımı olan her şey şimdi artık tutkulu bir çabaya dahil olmalıdır.’’ ’’(Wöllflin, 2019: S/119,120)

Sanat tarihinde, Üslup değişikleri toplumsal, politik, felsefi ve dinsel değişimlerin biir sonucudur. Bu değişimlerin sonucu olarak estetik ve sanat felsefeleri de çagın gerçeklerine uyar ve sanat da çağın istemlerine göre biçimlenir. Sonuç olarak barok resim sanatı da duyular yoluyla algıladığımız dış dünyanın, real gerçekliğin yansıtılması bağlamında doğal grçeklikten realizmden uzaklamıştır.

Romantizm Sanat Akımı

Romantizm 19.yüzyılda Fransa’da ortaya çıkan ve batı avrupa sanatını da derinden etkileyen bir sanat anlayışıdır. Ve resim sanatında ilk defa yansıtma kuramının dışında sanatçıyı merkeze alan ve sanatçını iç dünyasının ve dugularının ön planda olduğu bir sanat felsefesinin biçimlendirdiği bir sanat anlayışıdır.

Sanat eserinin ne olduğu sorusuna cevap vemeye çalışan diğer bir kuramda anlatımcılıktır. Romantizm sanat anlayışını biçimlendiren Anlatımcılık sanat kuramıdır. Santçının kendi duyguları ve yaşantıları üzerinde hiç durulmamış, sanatçının iç dünyası ne eski çağlarda nede orta çağda ilgi odağı olmuştu. Rönesansta bireycilik hareketinin başlamasıyla sanatçıya yönelen bu ilgi ondokuzuncu yüzyılda romantizm sanat akımıyla başlamıştı. Anlatımcılık sanat kuramına göre sanatçı, sanatın odağında yer alır. Romantizmin en önemli özelliği duyguların anlatılmasıdır, aslolan sanat yapıtını açıklanma çabasında sanatçıya onun yaşantısına yöneliştir. Sanat eseri dış dünyaya açılan bir pencere olmaktan çıkıyor, sanatçının ruhuna iç dünyasına açılan bir pecere oluyor. Sanat eserinde dış dünya

yani doğa anlatılır ama bu dış dünya sanatçının duyguları ile değişime uğrayarak yansıtılmış bir dünyadır. Ve önemli olan eserin dünyayı real gerçekliği doğru olarak yansıtılması değil bu dış dünyanın sanatçıda uyandırdığı duyguları ifade edebilmesidir.

Romantizmde sanatçıyı sanatçı yapan, özel bir duyarlılığa sahip olması ve bazı özellikleriyle diğer insanlardan ayrılan kendine özgü kişiliği ile önem kazanan üstün bir insandır sanatçı.

‘’Romantik sanat anlayışını ilk defa sistemli bir estetik kuramı hale sokan Eugene Veron, yansıtma kuramının sanatı yanlış anladığını belirttikten sonra, duygunun dile getirilmesi olarak tanımlar ve sanatçının bir dahi olduğunu, eserin şiddetli ve derin etkisinin, yaratıcısının kişiliğinde bulunduğunu söyleyerek kitabın bir bölümünde şu sonuca varır ‘’Kısacası eserin değeri sanatçının değerinden doğar. Sanatçının sahip olduğu özelliklerin ve melekelerin izlerini taşıdığı içindir ki eser bizi büyüler ve çeker.’’(Moran, 2020: 103)

Romantizmde duygusallık, heyecan, özgürlük, doğa sevgisi, yurtseverlik, geçmişe özlem, yalnızlık, doğa sevgisi ütopya gibi konular ele alınmıştır.

‘’Romantiklerin birçoğunda , resim bir fantezi dünyasına bir nostaljiye hazin bir kaçıştır. Romantizm bazı hallerde zamandan ve mekandan bir kaçış olmuş, yabancı diyarların egzotik lüksüne bile yönelmiştir. Romantiklerin eserlerinde yer yer metruk garip mekanlar ve alışılmadık doğa görünümlerine de rastlanabilir. (Tansuğ, 1995:194)

Sonuç olarak Romantizm Sanat anlayışında da Realizmden söz edemeyiz.

Realizm sanat akımı(19.yüzyıl Realizm sanat anlayışı)

Gerçekçilik; Resim ve heykel sanatlarında, yapıtı oluşturan betilerin sanat –dışı dünyada rastlanan gerçekliklere doğrudan gönderme yapmasını amaçlayan anlayış.Bu anlayışta gerçekleştirilmiş bir yapıtta, her beti gerçekte de var olan bir nesne yada canlı yaratık olarak < tanınabilmek > zorundadır ayrıca bunlar yapıtta da gerçek dünyadaki ilişkiler düzenine uygun bir biçimde betimlendirilmelidirler’’(Sözen ve Tanyeli, 2001:89)

Neo-klasik dönem ve Romantizm ve sanat akımına karşı bir tepki olarak dogan Realizm; resim sanatında, Rönesanstan beri ilk defa gerçekliğin doğrudan dolayımsız yansıtıldığı bir sanat sanat anlayışı olarak ortaya Çıkar. Realizm doğayı, dış gerçekliği bir bütün olarak ele alır, iyi ve kötü, güzel ve çirkin olanı yani salt gerçekliği yansıtır. Sanatçı içinde yaşadığı Toplumun gerçeklerinden yola çıkarak grçekliği bir bilim adamı kadar tarafsız yansıtır.

‘’19. yüzyılın toplumsal ve ekonomik sorunları büyük bir çağ değişimini müjdeliyor ve bu değişiminişaretleri resim sanatına da yansıyordu. Resim sanatındaki yeni belirtilerin ilk görünümlerine Fransa tanık oldu.19. yüzyıl ortasında Gustave Courbet, Realizm adını

verdiği akımla resimde yakın çağın başlangıcına öncülük etti…..Realizm anlayşı içinde artık resimde İncil hikayelerinin, tarhsel yada edebi olayların yeri yoktur. Alegoriler resmetmek de artık geçerli değildir. Günlük hayattan olaylar ve nesneler resme konu olacaktır. Courbet resimde tasarımı da inkar eder. Ona göre sanatçı ancak gördüğü, dokunduğu şeyleri resmedebilir.'' (Tansuğ, 1995: 194,229,230)

Gustave Courbet gerçekçilik kavramını bir manifestoyla ilan eden ve uygulayan ilk sanatçı olmuştur. Gerçekçilik burjuva beğenisine karşı İşçi köylü sınıfının yaşamını objektif bir bakış açısıyla yansıtmıştır. Berna Moran Edebiyat Kuramları ve Eleştiri kitabında; gerçekçilik sanat anlayışını şöyle belirtmiştir:

''1. Konu olarak çağdaş toplumun her günkü alelade yaşamı işleniyordu. Romantiklerin günlük gerçeklerden uzak, idealleştirilmiş konularının aksine , gerçekçi bir yazar, çağdaş toplumu konu ediniyordu kendisine ve bunu elinden geldiğince kendi gözlemlerine dayanarak yansıtıyordu. Masalvari olan, uzak diyarların çekiciliğinden medet uman, alegoriye, sembolizme başvuran bir akım değildi bu.

2. Eğer yazar gerçekçiliği yansıtacaksa bunu bütün yönleriyle yansıtmalıdır. Bir kısmına gözünü kapamak olmaz; anlatılması yakışık almaz sayılançirkin, iğrenç iğrenç ve ayıp sayılan şeylerde sanata sokulabilmelidir.

3.On dokuzuncu yüzyıl gerçekçilerinin gözünde 'gerçeklik' denen şeyin bir özelliğide, o devrin bilim görüşünden alınmıştı. Fizik dünyasında bir determinizm olduğu gibi insanlar dünyasında da her şeyin bir nedeni vardır ve bunları bilmek toplusal yasaları bilmek demektir. Olaylar rastlantılarla, mucizelerle açıklanamaz; psikolojik ve sosyal kanunlarla açıklanabilir.4. Böyle bir gerçekliği yansıtacak olan yazarın tutumunun da bir bilim adamı tarafsız olması gerekmezmi? Topluma bakan yazardan beklenen şey, gözlemlerinin sonucunu olduğu gibi anlatmaktır. Gerçek durumu bütün çıplaklığı ile okuyucunun gözünün önüne sermelidir yazar. ''(Moran; 2020: 39/40)

Realizm sanat anlayışını oluşturan bu genel ilkeler; plastik sanatlardan edebiyat'a kadar çağın sanatını biçimlendirmiştir.

''Gerçekçi ressamlar ise sosyasl ve siysal değişimlere, sanatın kurulu düzenine ve gerçek yaşamdan uzak duran Romantizm'e isyan ederek ve sıradan insanları yakından gözlemleyerek naturalist, neredeyse fotoğraf görüntüsü gibi net bir üslupla resimlerine yansıttılar.'' (Farthing, 2012: 300)

Tarihsel süreçte Naturalist resim sanatında realizm; bir üslup özelliği olarak, İlk defa Roma sanatnda ortaya çıkmış, bu sanat anlayış başlı başına bir sanat felsefesi ve üslup olarak ilk defa !9. yüzyıl realizm sanat akımında gerçek kimliğini bulmuştur.

POST-MODERN SANAT

Pop-art

Pop-Art 1960 larda Amerika ve ingiltere'de birbirinden bağımsız aynı zamanda ortaya çıkan bir sanat anlayışıdır.Tüketim toplumunun, popüler kültüre özgü görsel imgelerin yani kitle iletişim araçlarının;(foğraf, gazete, dergi, çizgi roman, reklam panoları gibi) sanat objesine dönüşmesidir.

"Pop hareketi amerika ve İngiltere'de aynı zamanda ancak birbirinden bağımsız olarak ortaya çıktı. Lonra'da 'Pop' sanat akımı (Pop art) nın yüzeye çıkıp adım atmasından yıllar önce , kitle iletişim araçlarının keşfedilmesiyle bu akım hareketi için gerekli entellektüel ortam hazırlanmıştı. Ancak Amerika bu imgelerin asıl kaynağıydı. Bu kaynakla iyice beslenmiş olan amerikalı sanatçılar 19.yy.dan gelen güçlü bir doğacı resim geleneğine sahip olmanın da sağladığı avantajla İngiltre'dekine benzer bir hazırlık devresine gereksinme duymamışlardır. 'Pop' sözcüğü, sanat etkinliklerinde geniş bir alanı kapsar.Bu, sayısız etkinliklerin paylaştıkları ortak yönler kitle iletişim imgelerine dayanmaları ve bazan de aynı yaratma sürcinden geçmeleri dir. Bu yeni akım için başka pek çok isim önerilmiştir.Bunlardan 'New Vulgarianizm' (Yeni Bayağılık, Adilik), eleştirmenlerin duyduğu tiksintiyi ifade ederken, 'Yeni Gerçekçilik' ve 'Yeni Dadacılık) gibi isimlerse bu akımların sanat tarihi ile bağını vurgular. 'Pop' isminin tutunmasının nedeni,televizyon radyo, gazete gibi kitle iletişim araçlarına ilgiyi çekmesidir. Kitle iletişim araçları (televizyon, radyo, gazete, dergiler vb.) başka hiçbir sanat akımında görülmemiş katılımla, Pop Art adlı bu hareketin gelişmesine destek olmuştur.'' (Lynton , 1982: 297)

Pop art'a özgü resim sanatı; yani yeni gerçekçilik, kitle iletişim raçlarına özgü imgeleri Kolaj yada Asamblaj tekniginde tuvale doğrudan uygulanması yada fotoğrafın, klasik resme özgü bir üslup ve tavırla yeniden uygulanmasıyla oluşmuştur. Pop art resim sanatı farklı sanat disiplinlerinin bir arada kullanıldığı eklektik bir üsluba sahiptir. Resimde bu farklı yapı bir bütün oluşturur. Pop art resim sanatı bu yeni anlatım biçimi, ne klasik resim sanatının sanatın normlarına nede modern sanatın soyut anlatım diline uyar, bu bireşimci eklektik bir sanat anlayışıdır. Resimlerde genellikle pop ikonları ünlü politikacılar ve filim yıldızları farklı resim tekniklerinde kullanılmışlardır.

'' İlk pop resimler film artistleri , pop yıldızları ve öbür popüler kişileri sergileyip; ressamların kitle iletişim araçlarının verdiği zevklere düşkün çoğu yirmi yaşlarında olan gençlerle,bir anlamda uzlaştığını gösterirler. Pop sanatçıları hamilton'nun kültürlü ticaret dünyasından çok, yukarda özelliği belirtilen bir dünyayı canlandırma yolunu seçmişlerdi. Bilerek karmaşık bir üslup kullanıyorlardı. Pop sanatçıları uluslararası bir yaklaşım içinde, geleneksel halk sanatı ile para makinelerini ve rsimli dergileri, kısaca yeni bir halk sanatını birbirine kaynaştırıyor ve bunların tümünü usta bir fiça kullanımıyla da birleştiriyorlardı. İngiltere'deki öbür ressamlar sanat aracılığıyla bir takım mesajların verilebileceğini savunan büyük geleneği yeniden benimsemişlerdi.'' (Lynton ,1982: 298)

Pop art resim sanatında; resmin bir ögesi olan fotoğrafik imge zaman içerisinde başlı başına bir resim anlayışı olarak tuval düzleminde yer almış ve sanat tarihinde yeni bir sanat anlayışı olarak yerini almıştır.

Foto Realizm (Foto Gerçekçilik)

1960'larda özellilke Amerika da ortaya çıkmış olan "fotogerçekçi" resim sanatı , bir fotoğraf karesinden yola çıkılarak oluşturulan bir resim anlayışıdır. 19.yüzyıl Realizm sanat akımıyla organik bir bağı olsada bu akımın ressamlarının yapmaya çalıştıkları, aslında, prensip olarak klasik realizm ressamlarının amaçladıklarına çok benzemektedir. Ancak "fotogerçekçi" ressamlar doğa karşısında resim yapmak yerine o doğa parçasının fotoğrafını çekerek tuvale taşımışlardır. İlk dönem resimlerde sanatçılar öznel yorumlardan kaçınmış fotoğraftaki gerçeklik belirleyici olmuştur. sanatçı kendi özgün duygu ve düşüncelerinden arınmış olarak üretmeyi seçmişlerdir ama daha sonraları sanatçı daha özgür ve yoruma öncelik veren bir tutum içinde olmuştur. Bu akımı benimseyen sanatçıların çoğu, çevresindeki dünyaya ait fotoğrafları tuale aktarırlar ve oluşan imgenin denetimi altında resmi tamamlarlar. Bunlar; aynı zamanda gerçekleşmesi mümkün en katıksız doğacı resimlerdir. Fotorafı yorumlayan sanatçı; yaptığı resme kendi kişiliğinden de bir şeyler katar.

"Foto-Gerçekçilere özgü ortak nitelikleri fotoğrafa bakarak resim yapmak ve bu işi yaparken yorumdan kaçınmak şeklinde özetleyebiliriz. Çağdaş teknolojinin kendisine sağladığı olanakları değerlendiren sanatçı objektifin sunduğu çok doğru, çok açık seçik ve çok yoğun verileri resim diline uyarlıyor. Onu asıl ilgilendiren bu aktarma işlemi. Fotoğrafa bakmakla, gördüklerini olduğu gibi tuvale geçirerek bizlere de göstermekle yetindiği; geleneksel gerçekçi ressamların aksine işlediği konuları ne yücelttiği ne de yerdiği savında. Ama her türlü duygusallıktan, kişisel üsluptan, ressamca tavır takınmaktan kaçan sanatçıyı seçtiği fotoğraf bile ele vermeye yeterli. Kaldı ki fotoğrafı büyük şaşmazlıkla tuvale aktardığını öne sürerken farkında olmadan da değişikliğe uğratıyor. Chuck Close'un "Bir fotoğraftan bir tek resim yapılabileceğini sananlar var. Oysa, doğaya bakarak ne kadar farklı resimler yapılabilirse fotoğraftan da o kadar yapılabilir." sözleri sanatçının tümüyle edilginleştirilemeyeceğini belirtiyor.''(Koçak, 19983)

Foto realist resim anlayışında, fotoğrafın resme aktarılmasıyla ortaya çıkan yeni gerçeklik yani resim başka bir şeyi ifade eder ve fotoğrafla olan bağı kopar çünkü, fotğraftaki gerçeklik ile resimdeki gerçeklik aynı değildir. Bu ikisi arasında model olmanın dışında bir ilgi yoktur, fotoğraf bir araçtır.

Foto realizm günümüzde, dünya sanatında yaygın ve güncelliğini koruyan bir sanat anlayışı olarak varlığını sürdürmektedir. Bu sanat anlayışında, farklı eğilimlerin yaklaşımların, ve farklı üslupların ortaya çıkması foto realizmi tekrara düşmekten kurtarmıştır.

Tartışmanın Odağında Foto Realizm

Foto realizme yönelilen eleştirilerin, genellikle Walter Benjamin'in 'Teknik Araçlarla Yeniden-Üretim(Çoğaltma) Çağında Sanat Eseri' adlı kitabında ileri sürdüğü, fotoğrafın bir taklit olduğu ve aurasını yitirdiği , tek ve biricik olma özelliğini ve halesini yitirmesi iddiası etrafında yoğunlaşmaktadır. Tartışmaların referans aldığı diğer kavram ise jean Baudrillar'dın gerçekiğin yeniden üretimi olan ''simülasyon'' ve Similakrum'' ve ''hipergerçeklik'/ üst gerçeklik '' kavramlarıdır. Ve bunlarla birlike, Mario Pernıola'ın Sanatın gölgesi kitabında ileri sürdüğü kavramlar tartışmalarda önemli bir yer tutar. Mario Perniola'ya göre zamanımızda sanat, özerkliğini yitirerek piyasa ve kitle iletişimine kaynar. Gizemli atmosferinden, aurasından ve eleştiriden yalıtılır. Peki geriye ne kalır? Sanatın gölgesi kalır.

Walter Benjamin ''Bir sanat eseri, ilkesel olarak, her zaman, yeniden üretilebilir. (çoğaltılabilir) bir nitelik taşımıştır. İnsan elinden çıkmış olan şeyler (artefaktlar) her zaman başka insanlarca taklit edilebilir. …..Bununla beraber, bir sanat eserinin teknik raçlarla yeniden-üretilerek çoğaltılması yeni bir olguyu temsil etmektedir…..Bir sanat eserinin en kususuz biçmde çoğaltılmış halinde bile bir öge eksiktir: o sanat eserinin, zaman ve uzam içindeki buradalığı, eserin meydana getirilmiş buluduğu yerdeki biricik varlığı. Sant eserinin bu biricik varlığını belirleyen şey, onun var olduğu zaman dilimi boyunca tabi kaldığı tarihtir. Bu tarihin içine, yıllar içerisnde fiziksel fiziksel yapının geçirmiş olduğu değişikliklerde girer. …. Asılın varlığı, hakikilik kavramının ön şartıdır. Hakikilik alanı , teknik yolla-tabii teknik yoldan başka yollarla da çoğaltmanın tamamen dışında kalmaktadır. ... Mekanik yeni50den-üretim (çoğaltma) çağında sönüp yok olan şey, bir sanat eserinin halesidir. ''(Benjamin, 2018: 45/48)

Jean Bauudrillard, postmodern söylemde en çok ''simulasyon'' ,''simulakrum'' ve ''hiperrealite/üst gerçeklik'' kavramlarıyla bilinmektedir. Bir gerçekliğin kopyasının kopyasını (taklidini) yapmak olarak tanımlanabilir.

''Simulasyon kopyanın kopyasıdır ve orjinalle ilişkisinden öyle koparılmıştır ki artık kopya olduğu anlaşılmaz. Simulakrum bir modelden bağımsız, kendi başına bir kopya olarak durur.'' (Barrett, 2015: 264)

Baudrillard, Simülakr ve simülasyon kavramını, geçekliğin, yanılsama, taklit ile yer değiştirdiğini ve bir varlıkla çeşitli görünümleri; gerçekle gerçek kavramına özgü bir yansıtmadan söz edilemiyeceğini, bundan böyle gerçekle gerçek kavramı arasında düşsel bir

beraberlik kurulamayacağını söyler. Günümüzde gerçeğin sonsuz sayıda üretimi mümkün olmaktadır der.

‘’Bundan böyle gerçeğin akılcı bir görünüme sahip olmasına gerk yoktur, çünkü ‘’gerçek’’ ideal yada olumsuz süreçlerle başa çıkabilecek (boy ölçüşebilecek) durumda değildir. Gerçek artık işlemsel bir görünüme sahiptir. Aslında buna gerçek bile denilemez, çünkü çevresinde onu sarıp sarmalayacak bir düşsellik yoktur. Bu atmosferden yoksun, sentetik bir şekilde üretilmiş gerçek yani hipergerçektir....Burada bir taklit , suret yada parodiden değil aslı yerine göstergeleri konulmuş bir gerçek, başka bir deyişle her türlü gerçek süreç yerine işlemsel ikizini koyan bir caydırma olayından söz ediyoruz.... Bundan böyle hertürlü düşsel ve geçek ayırımından yoksun bırakılmış kendi kendini aynı yörünge çevresinde dolanan modeller aracılığıyla yineleyen ve farklılık simülasonu üretmekten başka bir şey yapmayan bir hiper gerçeklikten söz edebiliriz. Günümüzde simülasyon hakikat ilkesinin yerini almıştır.’’ (Baudrillard, 2021:14/15)

Baudrillard’ın simülakr ve simülasyon kavramlarını , Pop-Art ve foto realizm ve Andy warhol’un yapıtlarından yola çıkarak Hal foster çok daha anlaşılır bir biçimde ortaya koymuştur. Pop –Art ve dolayısıyla foto Realizm konusunda ileri sürülen kavramlar ve görüşler Postmodern sanatı açıklama çabasıdır. Bu konuda ‘’Gerçeğin Geri Dönüşü’’ kitabında Hal foster; Warhol’un bir eserinden yola çıkarak, Foto realizmi şöyle açıklar.

‘’1960’ lardan beri sanatın bir kolu-süper gerçekçiliğin (foto-gerçekçilik) çoğu, kısmen pop-art ve temellük sanatı-gerçekçilik ve yanılsamacılığa yönelir. ....Fotoğrafa dayalı savaş sonrasındaki imge göndergesel veye simülakraldır. Warhol’cu popun yorumunun, Warhol’un pop olduğunu düşünen ve dahada önemlisi postyapısalcı temsiliyet eleştirisinde merkezi olan simülakral kavramını, neredeyse Warhol’un pop olarak değerlendirilmesine dayandıran post yapısalcı eleştimenlerce geliştirilmesi süpriz değildir. Roland Barthes; (Şu eski Sanat) adlı yazısında ‘’pop-art’ın istediği’’ imgeyi herhangi bir derin anlamından kurtarıp simüakral yüzeye taşımak için ‘’nesnenin simgeleşmesini bozmaktır’’ şeklinde yazar. Bu işlem sırasında yaratıcıda serbest kalır. Barthes; ‘’Pop-Artçı, çalışmasının arkasında durmaz ve bir derinliğide yoktur: O sadece hiç bir şeyi göstermeyen, hiçbir amacı olmayan resimlerinin yüzeyidir’’(Foster, 2009: 162/163)

Günümüz sanatının Post-Modern sanatının bir sonucu bir yansıması olan pop-art ve dolayısıyla foto realizm halen devam etmekte olan bir süreçte, en başından beri tartışmaların odağı olmuştur. Eleştiri ve karşı eletiriler Bu yeni ve hala güncel sanat anlayının daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunmuştur.

Foto Realizm’in Sanat Ontolojisi Bağlamında Anlamsal Boyutu

Sanat ontolojisi, çağdaş sanat felsefelerinden biridir, Sanat ontolojisi, sanat eseri dediğimiz var-olan’ı somut bir varlık olarak ele alıp çözümlemek ister. Ontolojiye göre sanat

eseride bir varlıktır ama o kendine özgü nitelikleri olan varlıktır ve diğer varlıklardan ayrılır.

Ontolojiye göre sanat eseri bir objektivasyondur, yani bir tinsel içeriğin bir dış nesnsede objede görünüşe ulaşmasıdır. Eğer söz konusu bir resim ise bir tuvalde bu bir heykel ise taşta, mermerde ve bu bir müzik ise notada görünüşe ulaşır. Her sanat varlığı herzaman üçüncü bir varlığa ihtiyaç duyar, sanat yapıtından anlayan ondan estetik bir haz duyan onu kavrayan bir varlığa varlığa. Söz konusu resim ise seyredilmesi müzik ise dinlenilmesi bu bir roman ise okunmasıyla mümkün olur. Ancak bu sürecin sonunda sanat yapıtı görünüşe ulaşır ve objektivleşir, sanat yapıtı estetik obje haline gelir.

Sanat ontolojisine göre doğada güzel bulduğumuz bir şey sanatın objesi olursa yani sanat yapıtına dönüştürülürse onun hakkında vereceğimiz yargıda değişir. Sanat yapıtına doğaya baktığımız gibi bakamayız. Çünkü doğada real dünyanın kategorileri, Buna karşılık sanat eserinde yani bir estetik objede estetik ve form kanunları geçerlidir. Bir manazara resmine doğaya bakar gibi bakamayız. Resmi oluşturan kategorilere göre bakar kavramaya çalışırız. Sanat ontolojisinde resim N.Hartman'ın oluşturduğu eleştiri yöntemine göre değerlendirilir analizi yapılır. Aslolan resmin kendisidir, resmin dışında kalan sanatçının kendisi, tarhsel ve soyolojik koşullar, sanatçının iç dünyası kişiliği gibi faktörler dışarda tutulur. Ontolojik sanat eleştirisinde; her sanat alanı için farklı varlık tabakaları belirlenmiştir. Resim yedi varlık tabakasından oluşur, ilk varlık tabakası real ön yapıdır bu tabaka resmin üzerinde görünüşe ulaştığı, maddi tabakadır ve resim tuval, keten bezi ve boya katmanlarından oluşur. Real ön yapı ile birlikte resimde irreal varlık tabakaları yer alır. Resmi oluşturan asıl şey bu irreal varlık tabakasıdır.Ontolojik resim eleştiri bu varlık tabakalarının analizi ile gerçekleştirilir. Resmi oluşturan varlık tabakaları N.Hartman tarafından şöyle belirlenmiştir. Ve bunlar sırasıyla şöyledir.

''Resimde varlık tabakaları

1.Görünür boya lekeleriyle real yüzeyin oluşturduğu ön-yapı

2. Bunun arkasında resmin içerdiği üç boyutlu meken, nesneler ve ışık.

3.Bu nesne sfer'indegörünen hareket.

4. Harekette de, canlı renklerle beslenen figürlerin canlılığı.

5. Hareketlerin canlılığında insani- ruhi-iç tabaka. Burada situation'ların tutku ve niyetleri, eylemler görülür.

6. Ender hallerde de individüel ideye ait (portrelerde özel bir dernlikte) bir şey görünür.

7. Sonunda ideal genel bir şey görünür.''Tunalı, 2002: 124)

Birinci varlık tabakasında; resmin maddi real tabakasının ne olduğu ortaya konulmalıdır. Resim Genellikle klasik resim geleneğine uygun olarak, tuval üzerine yağlı boya olarak uygulanır. Bununla birlikte, bu bir fresk tekniği yada ahşap üzerine bir uygulama da olabilir. Eleştiriye tabii tutulan resmin hangi tenikte yapıldığını belirlemek grekiyir. İkinci varlık tabakası, üç basamaktan oluşur ve birinci basamak resimdeki derinlik duygusunun sorgulanmasını içerir. Klasik resme özgü bir derinlik sağlanmış mı ? bir derinlik varsa bu nasıl oluşturulmuş bunun tespit edimesi gerekir. İkinci basamakta resimde varolan ışık ögesinin belirlenmesi gerekir. Klasik resimde; ışık figürlere ve nesnelere hacim kazandıran üç boyutlu hale getiren bir biçim ögesidir.Resimdeki Işık ögesinin; hangi üslupta olduğu belirlenmelidir. Bu Rönesans resmine özgü universal bir ışık yada Barok resme özgü tek kaynaktan gelen ideal bir ışık yada doğal gün ışığı mı olduğu belirlenmelidir. Klasik resimde ışık rastgele uygulanamaz. İkinci varlık tabakasının, üçüncü basamağını oluşturan nesneler tabakası; resimdeki figürlerin, nesnelerin objelerin neler olduğunun belirlenmesini içerir. Bu tabakada resimdeki komposizyon kurgusunun nasıl oluştuğu açımlanmalıdır. Üçüncü Varlık tabakası, resimdeki hareket ögesinin tanımlanmasını ve bu hareketin nasıl oluştuğunun tespiti edilmesini içerir. Dördüncü varlık tabakası resimdeki renk unsurunun belirlenmesini, rengin karekterini resimdeki armoniyi ortaya koymak gerekir. Resimde beşinci varlık tabakası resimdeki figürlerin ruh halleri yüzlerine ve bedenine yansıyan ifadeyi, ruh halini belirlemeyi içerir. Bu, figürlerin üzgün, mutlu, melankolik olma halleriyle ilgilidir. Altıncı varlık tabakası portrelerde görünen var olan psikoljiyi belirleme ve tanımlamayı içerir. Kişinin Mağrur, sevecen, kızgın v.b olma durumu. Resimdeki son varlık tabakası idealite tabakasıdır, bu tabaka evrensel idea olrakta tanımlanabilir. Resimdeki evresel idea; resmin arka planını oluturan temel düşünce, felsefe ve resmi biçimlendiren kavramların neler olduğunu bulup ortaya çıkarmakla ilgilidir. Kısaca kıssadan hisse ya da bu resim ne anlatıyor.

Bir resim klasik ya da foto realist, hangi üslupta olursa olsun, ontolojik resim analizi sonunda bütün varlık tabakalarının sorunsuz ve olabildiğince yetkin bir şekilde uygulanmış olması ve hiç bir tabakanın aksamaması onu değerli olduğunu gösterir ve ortaya çıkan resim yani etetik obje bir sanat eseridir.

SONUÇ

Bu çalışmada, foto realizm sanat anlayışının oluşum süreci ve onu oluşturan unsurlar ve dinamiklleraraştırılmış, sanat felsefesi ve üslup özelliklerinin ne olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Foto realizm sanat anlayışını daha iyi anlayabilmek, kavram yanılgılarına düşmeden onu sanat tarihinde yerli yerine oturtmak adına realizm sanat anlayışı, Antik Yunan Sanatndan başlayarak 19. yüzyıl Realizm sanat akımına kadar araştırılmıştır. Doğa çıkışlı Naturalist resim anlayışının egemen olduğu bu dönemlerde realizmin bir üslup olarak ortaya çıkmadığı ancak Antik Roma resim ve heykel sanatında realist bir

üslubun geliştiği görülmüştür. Sanat tarihinde, başlı başına bir estetik, sanat felsefesi ve üslup özelliği bağlamında Realizm sanat akımı, başka bir deyişle Courbet realizmi 19. yüzyıda Fransa'da ortaya çıkmış ve çağını derinden etkilemiştir. Burjuva beğenisine ve romantizme karşı işçi ve köylü sınıfının yaşamı ve doğanın yansıtıldığı bu sanat anlayışında gerçeklik bütün çıplaklığı gözler önüne serilmiştir. Gerçeklik bir bütün olarak iyi kötü güzel ve çirkin yanlarıyla anlatılmıştır.

Foto-realizm 1960 larda Amerika ve ingiltere POP-art sanat akımı içinde gelişmiş daha sonra başlı başına bir resim ülsubu olarak sanat tarihinde yerini almıştır. Post Modrn bir sanat felsefesinin sonucu olarak pop-Art ve Foto realizm, en başından beri eleştirilerin odağında olmuştur. Çünkü post modern, klasik ve modern sanatın dışladığı şeyleride içermiş eklektik, bireşimci sanat anlayışı ile melez bir sanat haline gelmiştir. Bu bağlamda hem klasik sanat hemde modern sanat usurlarınıda kendi bünyesinde barındırması onu daha karmaşık hale getirmiştir.

Pop_art ve Foto realizme yöneltilen eleştirilerde ön plana çıkan, Walter benjamin; doğanın bir takliti olan fotorafın, aurasını, halesini kaybettiği biricik ve tek olma özelliğini yitirdiğini söyler. Bununla birlikte Baudrillard simülakr ve simülasyon kavramlarını ortaya atmıştır. Ve bütün eleştiriler bu temel kavramlar üzerine temellendirilmiştir. Gerçekliğin mekanik yollarla elde edilen doğanın takliti olan fotoğrafın, tekrar resme aktarılması ve üçüncü dereceden bir taklit olması ve bu bağlamda foto realizm de aurasını halesini biricikliğini yitirmesi, onun Klasik ve Modern resim sanatına özgü bir sanat eseri niteliği taşıyıp taşımadığı tartşmalı hale gelmiştir. Tartışmanın odağındaki foto realizm'in bu çalışmada Sanat Ontolojisi bağlamında ne anlam ifade ettiği ve estetik ve sanat değerinin ortaya konulması amacıyla, yedi varlık tabakasından oluşan, plastik ögelerin ne olduğu ve ne anlama geldiği açımlanmış ortaya konulmuştur. Ve bu bilgiler ışığında foto gerçekçi bir resmin bu kriterleri karşılaması durumunda bir sanat eseri olabileceği sonucuna varılmıştır. Sonuç olarak; Fotoğraftan yola çıkılarak oluşturulan bir resimde Sanat ontolojisi bağlamında bir sanat eseridir.

KAYNAKÇA

Barrett, T (2015) Neden Bu sanat Çağdaş, Sanatta estetik ve eleştiri. Çev Esra Ermert, İstanbul: Hayalperest yayınevi

Baudrillard, J (2021) Simülakrlar ve Simülasyon. Çev Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları

Benjamin, W (2018) Teknik araçlarla Yeniden Üretim(Çoğaltma) Çağında Sanat Eseri. Çev .Osman Akınhay, İstanbul: Agora Kitaplığı.

Farting, S ((21012) Sanatın Tüm Öyküsü , Çev Gizem Aldoğan, Firdevs Candil Çulcu, İstanbul: Hayal perst Yayınevi

filozof.net/Turkce/tarihi-eserler-b/40036-barok-sanat-nedir-akimi-ozellikleri-anlayisi-hakkinda-bilgi.html''

Foster, F (2009) Gerçeğin Geri Dönüşü. Çev Esin Hoşsucu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Gombrich, E.H (1999), Sanatın Öyküsü, İstanbul: Remzi Kitabevi

Lynton, N (1980) Modern Sanatı öyküsü, İstanbul: Remzi Kitabevi

Moran, B, (2020), Edebiyat Kuramları ve eleştiri, İstanbul: İletişim Yayınları

Mutlu.B, (1972), Batı Sanatında Biçimlenme ve Doğu Akdeniz, İstanbul: Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Yayınları

Koçak, N (1983), Yeni Boyut Plastik Sanatçılar dergisi : saltonline.org/tr/2163

Sözen, M.Tanyeli.U (2001), Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü, İstanbul: Remzi kitabevi

Tansuğ .S ,(1995) Resim Sanatının Tarihi, İstanbul: Remzi Kitabevi

Tunalı, İ ,(2002) Sanat Ontolojisi, İstanbul: İnkilap Kitabevi.

Wöllflin, H, (2019) Rönesans ve Barok, çev .Alp Tümerttekin-Nihat Ülner, İstanbul: Janus Yayıncılık

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

EXAMINING A MATHEMATICS TEACHER'S NOTICING SKILLS

Burcu Nur BAŞTÜRK ŞAHİN[1]

Abstract

Noticing is a very important skill for effective mathematics education. Although this skill cannot be observed directly, it has been reported in the literature that mathematics teachers' ability to notice students improves over time. In the studies carried out, not only the ability to notice can be addressed for the teacher's own lesson, but there are also studies that examine the noticing skills of teachers who observe another teacher's lesson. Such an observation is considered meaningful as it will include the teacher's objective views from an outside eye and without any reservations. In this context, the aim of the research is to examine the ability of a mathematics teacher to notice the situations in the lessons of another mathematics teacher. The research was designed as a case study, one of the qualitative research methods. The situations that the teacher notices when observing the lessons of a different mathematics teacher and the schemas that he may have in case of noticing these were revealed by content analysis. As a result, it was seen that the teacher was at the level of "strong and evidence-supported" in realizing the goals of the other teacher in mathematical activities. However, since he had no prior experience with students, his inferences about students remained at lower levels.

Keywords: Noticing levels, noticing skills,teacher training, three-steps noticing framework.

BİR MATEMATİK ÖĞRETMENİNİN FARK ETME BECERİLERİNİN İNCELENMESİ

Öz

Fark etme, matematik eğitiminin etkili şekilde devam edebilmesi için oldukça önemli bir beceridir. Bu beceri doğrudan gözlenemese de matematik öğretmenlerinin öğrencilere ilişkin fark etme becerilerinin zaman içerisinde geliştiği literatürde rapor edilmiştir. Yapılan çalışmalarda fark etme becerisi, öğretmenin kendi dersine yönelik olarak ele alınabildiği gibi, başka bir öğretmenin dersini gözlemleyen öğretmenlerin fark etme becerilerini inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Böyle bir gözlem, öğretmenin dışarıdan bir gözle ve herhangi bir çekince bulunmaksızın, objektif görüşlerini içereceği için anlamlı

görülmektedir. Bu bağlamda, araştırmanın amacı, bir matematik öğretmeninin, başka bir matematik öğretmeninin derslerindeki durumları fark etme becerilerinin incelenmesidir. Araştırma nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması olarak desenlenmiştir. Öğretmenin, farklı bir matematik öğretmeninin derslerini gözlemlediğinde, fark ettiği durumlar ve bunları fark etme durumunda sahip olabileceği şemalar içerik analizi ile ortaya konulmuştur. Sonuç olarak, öğretmenin, matematiksel etkinliklerde, diğer öğretmenin amaçlarını fark etmede "güçlü ve kanıtla desteklenmiş" seviyede olduğu görülmüştür. Ancak öğrenciler ile ilgili ön tecrübesi olmadığından, öğrenciler ile ilgili yaptığı çıkarımlar daha alt seviyelerde kalmıştır.

Anahtar Kelimeler: Fark etme seviyeleri, fark etme becerisi, öğretmen eğitimi, üç aşamalı fark etme çerçevesi.

INTRODUCTION

The classroom environment is a very crowded and complex structure. While observing in the classroom, it is important for the observer to decide exactly what to pay attention to. However, this 'deciding what to pay attention to' is a skill that takes time to learn. Because this skill also requires correct interpretation and evaluation. This skill, which is briefly mentioned in the literature as the skill of "noticing", is a skill that cannot be directly observed from the outside, but is very important for the effectiveness of mathematics education. According to Mason (2002), the teachers cannot take any action on a subject that they cannot notice. 'Mathematics teachers need noticing expertise to detect and make sense of instructionally important features in complex classroom environments'' (Jacobs and Spangler 2017, p. 771). For this reason, the ability to notice is essential for an effective mathematics education.

Noticing is described differently by different researchers, so there are different definitions and scales for it. Jacobs et al. (2010) classified the noticing of mathematical thinking on a three-point scale, describing the levels as; limited, lacking or robust. Van Es (2011) also created a framework with four levels of noticing. She mentioned also the descriptions of all the levels by means of the presence and absence of evidence. Amador (2021) created an analytical framework that focused both on these frameworks. Amador's framework has three analysis steps, so it allows researchers to determine the noticing skills accurately.

In this study, it was aimed to determine a mathematics teacher's noticing skills. That's why, Amador's (2021) framework was chosen to guide the noticing levels.

Theoretical Framework

In order to analyze the mathematics teacher's noticing skills, Amador's (2021) three-step analysis process was utilized. In the Step 1, they suggested to determine mathematics teacher's noticing based on whether or not they included evidence in the response. In this step, the relationship between the evidence and interpretation does not considered (see, Table 1). After Step 1, is a response is coded as robust, then the coding should continue to Step 2 and Step 3.

Table 1. Determining the Presence of the Evidence or Interpretation (Step1) (Amador, 2021; p.11)

Code	(0) Lacking	(1) Limited	(2) Robust
Description	A response with a lack of evidence did not describe details about how the children solved the task or the solution strategies used May include details about other aspects of the context or of teacher actions	A response with limited evidence included details of how the children solved the task or the solution strategy used **OR** Included some interpretation that provides a rationale for the nature of children's understanding or other factors that may have contributed to the children's understanding	A response with robust evidence of attending included the children's method of problem solving or the solution strategy **AND** Included some interpretation that provides a rationale for the nature of children's understanding or other factors that may have contributed to the children's understanding
Research base for code	Jacobs et al. (2010)	Castro Superfine and Bragelman (2018), Jacobs et al. (2010)	Castro Superfine and Bragelman (2018), Jacobs et al. (2010)

In the Step 2, the aim is to determine the evidence for the responses coded as robust. In this step, the responses should be identified according to: (a) a description of what student said or did, (b) a transcript or quote of what the student said, and/or (c) written student work. When the evidence type determined, the coding should be continued to Step 3.

In the Step 3, the relationship between the evidence and interpretation of a given response is determined. In this step, it is aimed to describe robustness of the evidence-interpretation relationship (see, Table 2).

Table 2. Determining the relationship between evidence and interpretation (Amador, 2021; p.11)

Code	(0) Robust weak	(1) Robust moderate	(2) Robust strong
Description	Evidence **did not support** or weakly supported the interpretation; the included interpretation **could not be** determined based on the evidence	Evidence **somewhat supported** the interpretation; the included interpretation **could or could not be** determined based on the evidence provided	Evidence **clearly supported** the interpretation and was well connected; the included interpretation **could be** determined based on the evidence provided

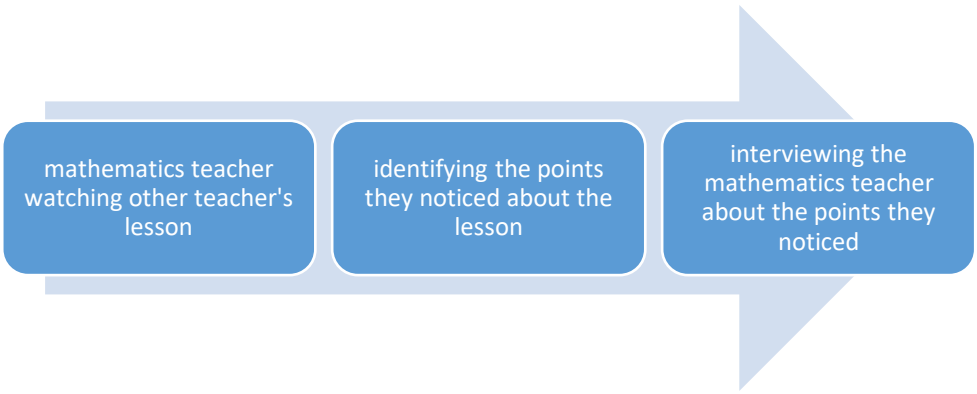
RESEARCH DESIGN

Qualitative research methods were used in the research since it was aimed to examine and interpret the inferences made by a mathematics teacher about the lessons of another mathematics teacher. The study designed as a case study. The case was chosen according to volunteering and easy accessibility criteria.

In the situation discussed in the study, a mathematics teacher observed the previously recorded lesson of another mathematics teacher that he did not know and shared the situations he noticed about the lesson he observed.

The researcher, together with the mathematics teacher, watched that lesson, examined the notes he had taken about the points he noticed instantly, and made an interview about the points. Afterwards, the researcher had a second interview with the mathematics teacher and clarified whether he approved the results or not.

Figure 1. Data collection process



In the analysis of the data, it was planned to use the first frame structure first. It was decided to terminate the coding without moving to the other frame in cases of noticing,

which is described as incomplete or partial according to the first frame. In case of strong differentiation compared to the first frame, it is planned to switch to the second frame.

FINDINGS

It was seen that the teacher whose noticing skills were examined had lacking, limited and robust levels of noticing in the examination made according to the first frame. He also had robust noticing level on some parts of the lesson.

One example of his responses for the “lacking” noticing skils is:

"The 'multiplier flower' activity for this lesson was a useless activity and a waste of time."

This response of the mathematics teacher is lacking here, because, he did not give any evidence for this inference.

He also had responses which were at “limited” noticing level. Some examples of the limited noticing:

“She does not use the smart board in a classroom with a smart board. I mean, he's telling straight."

"The event took too long."

“He said to the student who did not understand, ‘I will explain it at break’. So, it takes extra effort.”

In these examples, he did not give strong evidence about the interpretations he did. So, these responses were in the level of limited.

The mathematics teacher's noticing behaviors, which were at a “robust” level compared to the first frame, were also evaluated according to the second frame. In this study, it was observed that there was no noticing behavior at the “rocust-weak” level. He had behaviors that can be evaluated at the “robust-moderate” and “robust-strong”.

Some examples of his “robust-moderate” noticing responses are given below:

“He always asks students, 'Whatever we multiply by what we get this number'. Patient. He tries to make the students see their mistakes by themselves.”

“He doesn't want them to work with very large numbers. He thinks that students cannot do it. This shows that the teacher knows his students.”

In these examples, he showed some robust evidence, but the evidence might not be strong enough to get the interpretation. That’s why those responses were evaluated as “robust-moderate”. He also had some responses that can be evaluated as “robust-strong”

"He says 'let's remember' about the multipliers, he asks the meaning of the word multiplier. It means that he gave information about the multipliers beforehand."

"He came to class prepared. He informed the students from the previous lesson and asked them to bring the activity materials. The teacher is prepared for the lesson. He even brought the materials of the students who did not bring materials."

"He also introduces the activity to students who are late for class. He tries to get everyone involved. It also brings together students who can't do the activity and those who can. He also brings them to the event."

"He notices a situation where students usually make mistakes and explains on the board that the mistake made by a student in the process can be made by others."

DISCUSSION AND CONCLUSION

In conclusion, in the comments of the examined mathematics teacher, it was observed that he had a robust noticing skill with strong evidence in situations related to mathematics teaching, in applying activities and reminding previous lessons. These may be the points that he cares most about in his own lessons.

For further studies, many lessons of the teacher whose lesson is observed may be evaluated and the teacher may be asked to comment on his own noticing behaviors.

In addition to the inferences that the teacher makes when observing another teacher's lesson, the inferences made when he watches the video recording of his own lesson again and noticing behaviors towards his own lesson can also be examined.

REFERENCES

Amador, J. M. (2021). Mathematics teacher educator noticing: examining interpretations and evidence of students' thinking. *Journal of Mathematics Teacher Education*, 1-27.

Castro Superfine, A., & Bragelman, J. (2018). Analyzing the impact of video representation complexity on preservice teacher noticing of children's thinking. Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education, 14(11), 1–18. https://doi.org/10.29333/ejmste/99501.

Jacobs, V. R., Lamb, L. L. C., & Philipp, R. A. (2010). Professional noticing of children's mathematical thinking. Journal for Research in Mathematics Education, 41(2), 169–202.

Jacobs, V. R., & Spangler, D. A. (2017). Research on core practices in K–12 mathematics teaching. In J. Cai (Ed.), Compendium for research in mathematics education (pp. 766–792). Reston, VA: National Council of Teachers of Mathematics.

Mason, J. (2002). Researching your own practice: From noticing to reflection. Routledge.

Van Es, E. A. (2011). A framework for learning to notice student thinking. In M. G. Sherin, V. R. Jacobs, & R. A. Philipp (Eds.), Mathematics teacher noticing: Seeing through teachers' eyes (pp. 134–151). New York: Routledge.

INVESTIGATION OF A MATHEMATICS TEACHER CANDIDATE'S RESOURCE SYSTEM

Burcu Nur BAŞTÜRK ŞAHİN[44]

Abstract

Mathematics education aims to enable individuals to understand life and to find rational solutions to the problems in daily life. Altun (2014) lists the aims of mathematics education as follows: (i) developing problem solving skills, (ii) gaining reasoning skills, (iii) using mathematics in communication and (iv) developing a sense of value regarding mathematics. Teachers benefit from many resources to fulfill these tasks. This resource can sometimes be a former teacher or sometimes a textbook. In this respect, it is thought that it is important to examine teachers' resource systems. However, teachers' resource systems develop and change in the process, and this is called the document system (Gueudet & Trouche, 2009). However, there is a resource system that teachers have even before they start the profession, on which subsequent resources are added. In this context, examining these resource systems just before teachers start their profession is important in terms of following the development of their resource system. The aim of this study is to examine the resource system of a pre-service mathematics teacher and to determine the resources that will form the basis of his lessons. The research was designed as a case study. The participant of the research is a prospective mathematics teacher who is open and willing to share his resources. Within the scope of this study, a blank worksheet was given to the pre-service teacher and she was asked to freely express all her resources. While the pre-service teacher was making a schematic representation of the resource system, she was interviewed about the resource system. As a result, it was seen that the pre-service teacher adopted the strategy from easy to difficult in the resource system and especially included activity-based resources.

Keywords: Documentational Approach to Didactics, mathematics teacher candidate, resource system, schematic representation of resource system.

Öz

Matematik eğitimi bireylerin hayatı doğru şekilde anlayabilmeleri ve günlük yaşamda karşılaşılan sorunlara akılcı şekilde çözüm bulabilmelerini sağlamayı amaçlamaktadır.

[44] Dr., Bursa Uludag University Educational Sciences Institute,Department of Mathematics and Sciences Education, bnbasturk@uludag.edu.tr, burcu.n.basturk@gmail.com ORCID NO: 0000-0001-5186-0981

Altun (2014), matematik eğitiminin amaçlarını şöyle sıralamaktadır: (i)problem çözme becerisini geliştirme, (ii)muhakeme becerisi kazandırma, (iii)matematiği iletişimde kullanma ve (iv)matematiğe ilişkin değer duygusu geliştirme. Öğrencileri bu amaçlar doğrultusunda yetiştirebilmek de öğretmenlerin üzerine düşen en büyük görevlerden biridir. Öğretmenler bu görevi yerine getirebilmek için pek çok kaynaktan yararlanmaktadır. Bu kaynak bazen, eski bir öğretmeni olabildiği gibi bazen de bir ders kitabı olabilmektedir. Öğretmenlerin kullandıkları bu kaynaklar, öğretmenlerin matematik eğitiminin amaçlarını yerine getirebilmelerine yardımcı olurken, aynı zamanda onların mesleki gelişimlerini de açıklarlar. Bu bakımdan öğretmenlerin kaynak sistemlerini incelemenin önemli olduğu düşünülmektedir. Ancak, öğretmenlerin kaynak sistemleri süreç içerisinde gelişir ve değişir, hatta değişen bu sistem doküman sistemi adını alır (Gueudet & Trouche, 2009). Ne var ki, öğretmenlerin henüz mesleğe atılmadan önce de sahip oldukları bir kaynak sistemi vardır ki sonraki kaynaklar bu sistem üzerine eklenir. Bu bağlamda, öğretmenlerin mesleğe başlamadan hemen önceki bu kaynak sistemlerini incelemek, onların kaynak sisteminin gelişimini takip etmek bakımından önemlidir. Bu çalışmanın amacı, bir matematik öğretmen adayının kaynak sistemini incelemek ve onun derslerine temel oluşturacak kaynakları belirlemektir. Araştırma durum çalışması olarak desenlenmiştir. Araştırmanın katılımcısı, kaynaklarını paylaşma konusunda açık ve gönüllü bir matematik öğretmeni adayıdır. Bu çalışma kapsamında öğretmen adayına boş bir çalışma sayfası verilmiş ve özgürce tüm kaynaklarını ifade etmesi istenmiştir. Öğretmen adayının kaynak sisteminin şematik gösterimini yapması sırasında kendisiyle kaynak sistemi hakkında görüşme yapılmıştır. Sonuç olarak, öğretmen adayının kaynak sisteminde kolaydan zora stratejisini benimsediği ve özellikle etkinlik temelli kaynaklara yer verdiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Didaktiğe dokümantal yaklaşım, matematik öğretmen adayı, kaynak sistemi, kaynak sisteminin şematik gösterimi.

INTRODUCTION

Mathematics education aims to enable individuals to understand life and to find rational solutions to the problems in daily life. Altun (2014) lists the aims of mathematics education as follows: (i) developing problem solving skills, (ii) gaining reasoning skills, (iii) using mathematics in communication and (iv) developing a sense of value regarding mathematics. Teachers benefit from many resources to fulfill these tasks. This resource can sometimes be a former teacher or sometimes a textbook. All kinds of tools and materials that teachers use while preparing learning environments gain importance in the learning process (Pepin et al., 2017). However, it is still unclear how teachers decide to use the resources they use, how they evaluate these resources and how they reflect them in their lessons (Pepin et al., 2013). In this respect, it is considered important to examine teachers'

resource use and document creation processes. The starting point of this study is the question of how teachers, one of the most important elements of the learning-teaching process, use the resources they use while structuring the lessons they prepare for their students and how they organize their own teaching. Because the documents created and edited by teachers are thought to be an indicator of their professional development.

In this study, it is aimed to reveal the resources that pre-service mathematics teachers, who have not yet started to work as a teacher, but who are in the classroom environment within the scope of the teaching practice course, determine as a guide for them in this first step of the profession.

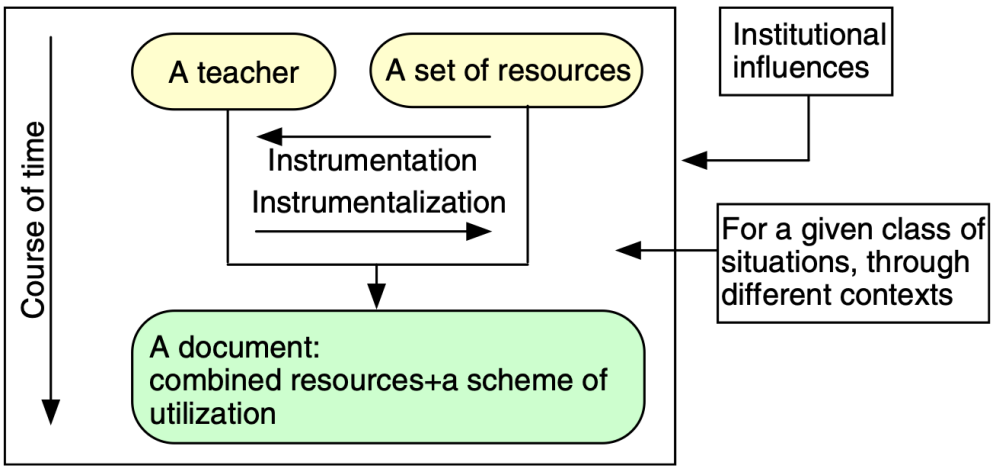
The research question of the study is,

- What components does a prospective mathematics teacher's resource system consist of?

Theoretical Framework

In this research, Documentational Approach to Didactics (DAD) was chosen as a framework to guide the study. DAD is a theoretical framework that allows examining not only digital resources, but all kinds of resources that teachers can use (Gueudet & Trouche, 2009). So, in this study, this framework was found appropriate for the aims.

Figure 1. Documentational genesis process in DAD (Gueudet & Trouche, 2009; p.206)



According to Figure 1, DAD proposes that there is a relationship between teacher and the resources used (Gueudet & Trouche, 2009). This relationship occurs with instrumentation

and instrumentalization processes. DAD, suggests that teachers can create new documents from their resources in time. This is called "Documentational Genesis". This genesis happens, when teacher's utilization schemes and their resources combined together. This can be expressed as in the Figure 1; a document=combined resources+ a scheme of utilization.

First, DAD has crucially important concepts for documentational genesis; resource, document, utilization schemes. These can be defined as follows:

A Resource contains everything the teacher can use in the teaching.

A Document contains resources that the teacher has recreated by selecting, using, and organizing with utilization schemes.

Utilization schemes are similar behaviors shown for the same class of situations.

RESEARCH DESIGN

In this study, qualitative research methods were used since it was aimed to examine the resource system of a pre-service mathematics teacher. The study was designed as a case study.

The pre-service mathematics teacher was first asked to make a schematic representation of the resource system (SRRS). Afterwards, an interview was held with him regarding this screening. Thus, the accuracy of the inferences made has been confirmed.

SRRS diagram is a diagram that includes the resources that teacher candidates use in shaping their lessons and the purposes of using these resources. This diagram has no form of right or wrong. The shape was determined by the participant who created the diagram, no direction was given by the researcher. The only guidance given is on what the diagram is expected to contain: (i) resources used, (ii) relationships between them, and (iii) intended uses.

Participant

The participant of the study is a mathematics teacher candidate, named Merve (pseudonym). She was chosen by criteria sampling methods. The criteria that guided the choice was willingness and openness of the participant.

Merve was one of the most sharing teacher candidates, in the teaching practice lessons. Also, she was open to share her documents and was willing to attend the study. She was chosen not because she used lots of resources, but she was really open about sharing and explaining how to use them. Also, she was volunteering for the extra work for preparing

lesson plans. Since she was so eager to understand teaching, and so open to share her resources, it was thought that she was the most suitable teacher candidate for such a study.

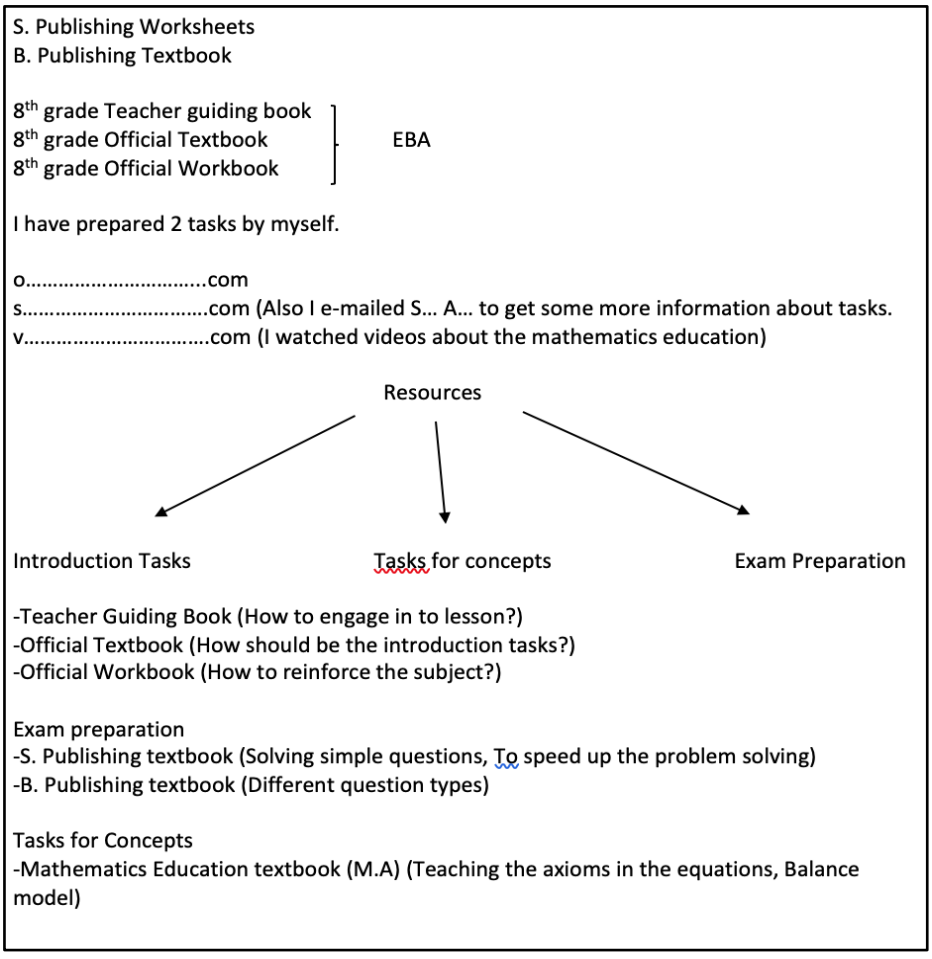
FINDINGS

In Figure 2, Merve's SRRS diagram is shown. Merve mentioned her resources in three categories: introduction tasks, tasks for concepts and exam preparation.

She mentioned that she used teacher guiding books, official textbook and official work-book as the introduction resources. Moreover, she mentioned that she used her university textbook as a guide for the teaching of the concepts and to implement the mathematical tasks such as Balance Model task.

She mentioned that she used two different books of two different publishers for the exam preparation.

Figure 2. SRRS diagram of Merve



DISCUSSION AND CONCLUSION

In conclusion, Merve the mathematics teacher candidate, considers introduction, teaching of generalizations and concepts and national exams. She stated that she used EBA and downloaded teacher's guidebooks from Education and Information Network (EIN) and also followed the official textbook and workbook through EIN.

A remarkable point is that the pre-service teacher prepared 2 activities herself. In addition, she sent e-mails to the teachers who are the owners of the websites, and received information about the subjects she would teach herself, and aimed to benefit from their experience.

For introductory activities, teachers prefer to use resources provided by EIN such as guidebooks, textbooks and workbooks.

He prefers to use the "Mathematics Teaching" book, which they use in lessons related to mathematics teaching, in designing activities for teaching concepts and generalizations. At this point, it can be said that the education given at the university affects Merve.

For the preparation of national exams, Merve uses two resources recommended by the school counselor within the scope of teaching practice course. At this point, it can be thought that Mina was also influenced by her mentor teacher.

In addition, it is seen that Merve also includes internet resources in the SRRS diagram. He also stated that he used these resources to shape the lesson in general. It is seen that he sent an e-mail to the owner of the website that he determined as a source, and asked for advice about his course. In addition, it is seen that she watches the lecture videos on the educational sites. In the interview held during the creation of the SRRS diagram, Merve stated that she used internet resources to see how the same topic was told by different people.

REFERENCES

Altun, M. (2014). Ortaokullarda (5, 6, 7, 8. Sınıflarda) Matematik eğitimi. Alfa Aktüel Yayınları.

Gueudet, G., & Trouche, L. (2009). Towards new documentation systems for mathematics teachers? *Educational Studies in Mathematics, 71*(3), 199-218.

Pepin, B., Choppin, J., Ruthven, K., & Sinclair, N. (2017). Digital curriculum resources in mathematics education: foundations for change. *ZDM Mathematics Education, 49*(5), 645- 661.

Pepin, B., Gueudet, G. & Trouche, L. (2013). Re-sourcing teachers' work and interactions: a collective perspective on resources, their use and transformations. *ZDM Mathematics Education. 45*(7), 929-944.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

FUZULİ'NİN "İMİŞ" REDİFLİ GAZELİNİN ŞERHİ

Zelal BARAN[45] - Lütfi ALICI[46]

Öz

16. yüzyılda yaşamış, asıl adı Mehmed olan Fuzuli, klasik Türk edebiyatının önemli şahsiyetlerinden birisidir. Fuzûlî-i Bağdâdî olarak da bilinen ve şiirlerinde Fuzûlî mahlasını kullanan şairimiz sadece kendi döneminin değil klasik Türk edebiyatının her dönemini etkileyen ünlü bir şairdir. Eserlerinde beşeri ve ilahi aşk ön plana çıkmıştır. Devrinde kıymetinin bilinmemesinden, devlet büyüklerinden beklediği ilgiyi görmemesinden, yoksulluktan şikayet etmiş ve bu zaman zaman onun şiirlerine de yansımıştır. Şiirlerine lirizm hakimdir.

Bu çalışmanın amacı Fuzuli'nin "imiş" redifli gazelini klasik şerh metodu ile incelemektir. Bu çalışmada Fuzuli'nin "imiş" redifli gazeli, günümüz Türkçesine çevirisi ve şerh açısından incelenmiştir. Klasik şerh metodu; genellikle iyi anlayan, okuyan şarihin okuyucunun anlamasında sıkıntı yaşadığı kısımları daha iyi açıklama, tercüme, yorumlanma, mazmunların açıklanması ve edebi sanatlarının belirlenmesi esasına dayanır. Genel olarak bu şiirde aşkının büyüklüğünden övünen bir aşık tiplemesi vardır. Şairin hakkında temel bilgiler verildikten sonra gazel klasik şerh metoduna göre şerh edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Klasik Türk edebiyatı, Fuzûli, Gazel, Şerh.

THE COMMENTARY OF FUZULI'S GHAZEL WITH THE RHYME OF'IMIŞ'

Abstract

Fuzûli, who lived in the 16th century and whose real name is Mehmed, is one of the important figures of classical Turkish literature. Our poet, also known as Fuzûlî-i Baghdadî, who uses the Fuzûlî mahla in his poems, is a famous poet who influences not only his own period but also every period of classical Turkish literature. In his works, he gives prominence mostly to human and divine love. He complained about poverty, the lack of

[45] Yüksek Lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Zelalbrn21@hotmail.com
[46] Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, lutfialici@mynet.com

value in his era, the lack of attention he expected from the elders of the state, and this was reflected in his poems from time to time. His poems are dominated by lyricism.

The purpose of this study is to analyze Fuzuli's 'imiş' ryming ghazel by classical interpretation method. In this study Fuzuli's 'imiş' rhyming ghazel is analyzed according to today's Turkish translation and by classical interpretation method. The classical method is generally based on better explanation, translation, interpretation of the parts that reader may have trouble in understanding and determination of literary arts by the poet who reads and understands well. In general, there is a type of lover in this poem who prides himself on the greatness of his love. After basic information about the poet was given, gazel was examined according to the classical method.

Keywords: Classical Turkish literatüre, Fuzûli, Ghazel, interpretation.

GİRİŞ

14. yüzyıldan beri gelişmekte olan Türk edebiyatı, 16. yüzyılda kendini geliştirerek zirveye ulaşmıştır.16. yüzyıl, Osmanlı Devleti için ayrı bir öneme sahiptir. Sürekli büyüyen Osmanlı Devleti'nin askeri, siyasi ve ekonomik alanlarda göstermiş olduğu başarılar devletin kültürel gelişimini hızlandırmıştır. Padişahların ılımlı devlet politikaları ilim ve sanata düşkünlükleri çok sayıda sanat adamlarının yetişmesine imkân sağlamıştır. Klasik Türk edebiyatı bu gelişmişlik düzeyine ayak uydurmuştur. Bu yüzyılda Zâti, Bâki, Fuzûli, Yahya Bey, Hayali Bey, Nev'i, Usuli gibi büyük şairler yetiştirmiştir. Bu dönemde padişahlar edebiyata büyük destek olmuş ve kendileri de şiirle ilgilenmişlerdir. Ayrıca şairlere verdikleri maddi, manevi destek vermeleri Divan edebiyatını güzel yerlere taşımıştır. Bu yüzyılda klasik Türk edebiyatının temelleri oluşturan büyük şairler yetişmiş. Klasik Türk edebiyatında 16. yüzyıl şairleri için şiir, sevgililerine ulaşmak için önemli bir vasıtadır. Çünkü şiir aşığa içindeki duyguları, hisleri, aşkı anlatma fırsatı verir.

Bu yüzyılda yetişmiş zirve şairlerden olan Fuzûli, klasik Türk edebiyatına çok önemli katkılarda bulunmuştur. Kendisinden sonra gelen şairler onu örnek almışlardır. 16. yüzyılın en tanınmış şairlerinden sayılan Fuzûlî'nin asıl adı Mehmed'dir. Fuzûlî hakkında bilinenler çok azdır; doğduğu tarih ve yer kesin olarak belli değildir. Hille, Bağdad, ve Necef'te yaşamıştır (İpekten 2018: 27).

Fuzûlî'nin ne derecede bir öğrenim yaptığını bilmiyoruz fakat Türkçe Dîvânının ön sözünde küçük yaşta okula başladığını, burada âşıkâne şiirler okuduklarını, şiir yazmaya da küçük yaşta başladığını, önce âşıkâne şiirler yazdığını, hatta bu şiirlerle tanındığını; fakat

şiirlernin bilimden yoksun olmasını istemediğinden bilim tahsiline gayret göstererek bütün aklî ve naklî ilimleri öğrendiğini anlatır. Kısacası Fuzûlî kendi kendini yetiştiren bir şairdir(İpekten 2018: 28).

Fuzûlî'nin çalışmamıza konu olan 'imiş' redifli gazeli aslında hem beşeri hem de ilahi aşk olmak üzere her iki anlamda da yorumlanabilmektedir. Şairin hayatı hakkında temel bilgiler verildikten sonra gazel, klasik şerh metoduna göre şerh edilmiştir. Bu bağlamda gerekli literatür taraması yapıldıktan sonra metin hem biçimsel özellikleri hem de anlamsal yapısı dikkate alınarak incelenmiş, şairin duygu ve düşünce dünyasının anlaşılmasına katkı sağlamak amaçlanmıştır. Klasik Türk edebiyatında klasik şerhler günümüzdeki modern metin şerhi kavramından ayrı tutulmalıdır. Çünkü klâsik şerh yapan bir şarihin kesin bilgiler verme ve metnin bütün dil ve hususiyetlerini ve lügat bilgisini tamamıyla okuyucuya bildirme gibi bir düşüncesi yoktur. Klasik şarihler, o devirdeki edebî birikimi olan çevrelere şerh yapar. Şerhe duyulan ihtiyacın önemli sebepleri araştırıldığında, metinlerarası mukayese yöntemi sonucunda farklı ihtiyaç

FUZULİ'NİN İMİŞ REDİFLİ GAZELİNİN ŞERHİ

بيلمز ايديم بيلمك اغزين سيررينى دوشوآر ايميش	Bilmez idim bilmek ağzın sırrını düşvâr imiş
آغزينى درلردى يوك ددیکلرينجه وار ايميش	Ağzını derlerdi yok dediklerince var imiş
اجيز اولموش ييكماغا اهييله كوهو كوه-كن	Āciz olmuş yıkmağa ahiyle kuhu Kuh-ken
نيلسين ميسكين انون اشكى هم اول ميكدار ايميش	N'eylesin miskin anun aşkı hem ol mikdar imiş
طاشا چكميش هالك ايچين فرهاد شيرين سورتي	Taşa çekmiş halk için Ferhad Şirin suretin
آرز قيلميش هالكا ماهبوبون اجب بي ʻار ايميش	Arz kılmış halka mahbubun aceb bî-ʻar imiş
	Ka'be ihramına zahid dediler bel bağladı
	Eyledim tahkik anun bağlandığı zünnar imiş
	Ömrlerdir eylerim ahval-i dünya imtihan

	Nakd-i ömr ü hasıl-i dünya hemân bir yâr imiş Zevk-i didariyle dil-darın yok ettim varımı Devlet-i baki ki derler devlet-i didar imiş Dün Fuzuli arızın girgeç revan tapşırdı can Lafedip derdi ki canım var emanet-dar imiş

Vezin: Bilmez idim / bilmek ağzın / sırrını düş / var imiş
Ağzını der / lerdi yok de / diklerince / var imiş
Fâilâtün / Fâ‘ilâtün / Fâilâtün / Fâilün

Kafiye: âr **Redif:** -imiş

Gazelin Şerhi

1. Bilmez idim bilmek ağzın sırrını düşvar imiş
Ağzını derlerdi yoh dediklerince var imiş

Kelimeler: düşvar: zor, güç.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: "*Ağzının sırrını bilmenin bu kadar güç, zor olduğunu bilmezdim. Ağzın için yok derlerdi dedikleri kadar var imiş.*

Genel olarak klasik Türk edebiyatının güzellik anlayışında sevgilinin (FEM, dehen)ağzı küçüklüğü, rengi, tatlılığı, hayat verici oluşu ve konuşma bakımından ele alınır. Bu şiirde ağzın en belirgin vasıflardan birisi yokluk derecesinde küçük olmasıdır. Bu beyitte de sevgilinin ağzının küçüklüğü ele alınmış. Klasik Türk edebiyatına göre sevgilinin ağzı iğne deliği kadar küçük hatta yoktur. Sevgilinin ağzı yokluk bağının goncasıdır. Gonca olduğu için de söz nedir bilmez. Aşık sevgilinin konuşmasına, bir çift güzel söz söylemesine hasrettir. Bundan dolayıdır ki aşık için sevgilinin ağzı yok denecek kadar küçüktür. Sevgili, aşığına iltifat edip, lütfedip onunla konuşmaz. Ona yüz vermez. Bu sebepten ötürü aşık sevgilinin ağzının varolup, olmadığını bilemez ve sevgilinin ağzındaki sırra

erişmesi oldukça zorlaşır.(Şair beyitte sevgilinin susmasını, konuşmamasını ve ağzını açmayışını yokluk olarak belirtir. Teşbih sanatı ile sevgilinin ağzı açılmamış gül goncasın benzetilmiştir. Şair gazelin matla beyitinde sevgilinin güzellik unsuru olan ağzıyla başlamıştır. Sevgilin ağzı klasik Türk şiirinde fem, dehen gibi isimlerle anılır. Bu beyitte de sır olarak anılmış. Sır olması sevgilinin ağzının küçüklüğü ve aşığa lütfedip konuşması ile alakalıdır. Sevgili, aşığıyla konuşursa belki aşıkla ilgili kelimeler ağzından dökülecek ve aşık kendisiyle ilgili sırlara vakıf olacaktır. Aşık sevgiliye yakın olmak istiyor fakat o fırsatı elde edemiyor ve sevgilinin ağzı bir sır olarak kalıyor.

Aslında o dönemde sevgilinin küçük ağızlı olanı makbulmüş. Bunu şair şiirine yansıtmış, böylece burada sosyal hayatın şiire yansımasını görmekteyiz.

"Ağız, sır, yok" kelimeleri ile tenasüp sanatı yapılmıştır. "Var ve yoh" kelimeleri ile tezat sanatına yer verilmiştir.

2. Aciz olmuş yıkmağa ahıyla kuhu Kuh-ken

N'eylesin miskin anun aşkı hem ol mikdar imiş

Kelimeler: kuh: dağ, **kuh-ken:** dağı delen, dağı kazan, **miskin:** aciz, zavallı, düşkün, fakir, **mikdar:** kıymet, derece.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *" Ferhad ateşli ahıyla dağı delmekten aciz olmuş. Ne yapsın o miskin ki aşkı o kadar imiş."*

Klasik Türk edebiyatında aşığın halini anlatan kavramlardan biri "ah"tır. Ah birçok anlamda kullanılmıştır. **"Ah"** sözü gerek Osmanlı alfabesi ile gerekse Latin alfabesi yazımında **"Allah"** lafzının ilk ve son harfleridir. Aşık ile maşuk arasında her zaman bir engel vardır. Aşık bir türlü sevgilisine kavuşamaz, ayrılığın acısıyla ah edip durur. Ah duman olup göklere yükselir, aşığın çektiği sıkıntıları herkes duyar.

Klasik edebiyatın şiirlerine konu olan Ferhad ile Şirin'in aşkı bu beyitte de yer almıştır. Şair dağı delen Ferhad'ın içten ve yanık ah çekişinin aciz kaldığını ve bu acizlik ile aşığın sevgiliye olan sevgisini değerlendirdiğini belirtir. Aşık bu beyitte dağı, Şirin için delen Ferhad'ı anımsatarak telmih sanatına yer vermiştir. Şaire göre dağı delen; içten, dertli ve isyankar çekilen ahın aciz düştüğü görülmüştür. Aşık sevgilinin aşkından aciz düşer ah çekermiş. Fakat ikinci mısradaki aciz kelimesiyle dağı delen Ferhad'ın aşıklık noktasında çok ileri seviyede olmadığını savunur. Ve Fuzuli bu beyitte aşıklık konusunda Ferhad'dan geri kalmadığını ve hatta daha üstün bir aşık olduğunu savunup, onu küçümseme yoluna gitmiştir. Nitekim Fuzuli Mecnun içinde bunu söylemiştir;

Mende Mecnûn'dan füzûn âşıklık isti'dâdı var

Âşık -i sâdık menem Mecnûn'un ancak adı var

3. Taşa çekmiş halk için Ferhad Şirin suretin

Arz kılmış halka mahbubun aceb bi'ar imiş

Kelimeler: suret: tarz, yol şekil; gözün ilk bakışta gördüğü şey, dış görünüş, biçim, **bi'ar:** utanmaz, arlanmaz, **mahbub:** sevilen kimse, sevgili.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *"Ferhad halkın görmesi için Şirin'in resmini taşa işlemiş. Böylelikle sevgilisini halka göstermiş, ne kadar utanmaz imiş."*

Beyitte resim temayülü görülmektedir. Şair Ferhad'ın, Şirin'in suretini dağa çizdiğini, onu daima gözünün onunda tutup, dağı daha hırslı bir şekilde delmek istediğini belirtmiş. Klasik Türk şiirinde aşıklar evvela kulaktan daha sonra da gözden aşık olurlar. Gözden aşık olurken görmek suretiyle değil resmini görmek suretiyle aşık olurlar.

Klasik Türk edebiyatında aşıklar sırlarının ifşa edilmesini istemezler. Sevgilinin sureti ne olursa olsun başkalarına gösterilmez, sadece aşık kendi gönlünde sır gibi saklar. Onu bütün yabancılardan saklar, sakınır, korur. Ama utanmaz Ferhat tam tersini yapıp sevgilisinin resmini toplumun görmesi için taşa işlemiş. Bu nasıl aşıklıktır? Ferhad bunu yaparak hakiki aşık olmadığını, sevgilinin ve aşıklığın kıymetini bilmediğini, aşıklık çerçevesinde hareket etmediğini göstermiştir. Ki zaten hakiki sevgilinin de şekil ve sureti olmadığı içinb Ferhad'ın aşkının beşeri aşk olduğu vurgulanmıştır. Fuzuli burada Ferhad'ı ayıplar. Ayrıca burada Ferhat'ın nakkaşlık mesleğine telmih yapılmıştır. Ferhat'ın fırçasından dökülen her bir boya Şirin'e olan aşkının duygularının ifadesidir. Şair sürekli Ferhat'ı küçümseyerek kendi aşkını onun aşkından daha yüce görmüştür. Bu beyitte şair kendi sevgilisini sakındığını gösterir. Halk kelimeleriyle tekrir yapılmıştır. Ferhat aşkından Şirin'in resimlerini dağa çizmesini halka göstermesine bağlayıp hüsn-i ta'lil yapmışlardır.

4. Kabe ihramına zahid dediler bel bağladı

Eyledim tahkik anun bağlandığı zünnâr imiş

Kelimeler: ihram: Kadın ve erkeklerin hac kıyafetleri; hacca, umreye giden bir Müslümanın Beytullah'a saygı göstermek maksadıyla mübah olan şeylerden bazılarını hac veya

umre müddetinde kendisine haram kılması. **zahid:** dünyayı terkedip dinin emirlerine çok titizlikle riayet eden dindar, çok dindar olup irfanı olmayan kimse. **tahkik:** bir şeyin doğru olduğunu ortaya çıkarma, hakikatini anlayıp bilme. **zünnar:** papazların bellerine bağladıkları kıldan uzun kuşak.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *" Zahid kabenin ihramına bel bağladı dediler. Araştırdım, sordum meğer onun beline bağladığı zünnar imiş."*

Klasik Türk şiirinde aşık, maşuk, rakip, rind, zahid gibi önemli tipler vardır. Şiirlerde sürekli zahidlere çatılır. Zahidlerin sadece zahire, rindlerin ise gönüle önem verdikleri görülür. Zahid aşktan yoksun bir tiptir. Hayata dar bir pencereden bakan zahid, kendi gibi olmayanları yerer, insanları sürekli günah, cehennem kavramlarıyla korkutan, aşka bakış açısı farklı olan bir tiptir. Kurtuluşa ermenin sadece ibadet ve takva ile olacağını düşünen zahid, aşıklık misyonunu kendisine rehber edinenleri sürekli takvaya davet eder, onların duygu ve davranışlarına müsahama göstermez. Bu yüzdendir ki aşıklar sürekli zahidi hedef alır, onu rakip olarak görür.

Şair bu beytine başlarken dindar görünen, sürekli vaaz ve nasihatlarıyla bunaltan, halkı aleyhine kışkırtarak rahatını kaçıran ancak fırsatını bulunca kendi de nefsine uymayı ihmal etmeyen sözde dindarlara yani zahide değinmiştir. Yani ihramı giyince günahlardan kurtulacağını sanıyor zahid ama sadece ihram giymekle, hacca gitmekle insan günahlardan uzak kalmaz, arınamaz. Şair beyitte zahidin beline bağladığı kemere güveninin boş olduğunu ve her şeyin ihramda bitmediğini ve beline bağladığı kemerin papaz kuşağına benzediğini tarizli bir şekilde söylemiş, gösterişli ibadetleriyle övünen zahidi hicvetmiştir.Yani dış görünüş yetmiyor. Yürekten, canı gönülden yâr(Allah) yolundan gitmek gerekiyor. Bel bağlamak güvenmek manasında kullanılmıştır. Sofu burada dindarlığına güvenmektedir. Dindarlığıyla Allah'ın bütün rızasını aldığını, Hak yolunda olduğunu, dört dörtlük bir zahid olduğunu düşünmektedir.

Bağlamak sözüyle tekrir sanatı yapılmıştır. Şair *bel bağlama* deyimini kullanarak beyitte irsal-i mesel sanatına yer vermiştir. " Kabe- ihram-zahid" kelimeleriyle tenasüp yapılmıştır.

5. Ömrlerdir eylerim ahval-i dünya imtihan

Nakd-i ömr ü hasıl-i dünya heman bir yâr imiş(Allah)

Kelimeler: ahval: haller **nakd:** madeni para, akçe **hasıl:** meydana gelen, **imtihan:** tecrübe etmek, denemek.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *"Ömrüm boyunca dünyanın hallerini denedim, tecrübe ettim. Ömrün değeri ve dünyanın kazancı sadece bir sevgili imiş."*

Şair bu beyitte dünyada ki yaşamını ve tüm yaşadıklarının vermiş olduğu tecrübeyle, dünyanın bütün hallerinin, malın, mülkün kıymetsiz olduğunu, yersiz ve değersiz olduğunu izah eder. Tek gerçek hazinenin parayla kazanılamayan sevginin olduğunun farkına varmıştır. Sevgili artık şair yani aşık için dünya nimetlerinin önünde gelir. Haliyle şair sevgiliyi dünyadaki her şeyden üstün tutmuştur. Dünyadaki hiçbir durumun, ve hiç kimsenin sevgiliden daha değerli olduğunu düşünmüyor. Şair için artık yegane hazinenin sevgili olduğu ve bu sevgiliye olan sevginin dünya hazineleri ile satın alınamayacağını tüm yaşam tecrübeleriyle dile getirmiştir.

Fuzuli burada tasavvufi manaya ağırlık vermiştir. Buradaki yâr ; Allah'tır. Şair bütün ömrünün sonunda gerçek aşka ulaşmıştır.

Ömr ve dünya kelimeleri ile tekrir yapılmıştır. Yâr kelimesi tevriyelidir, yar derken Allah kastedilmiştir.

6. Zevk-i didarıyla dil-darın yok ettim varımı

Devlet-i baki ki derler devlet-i didar imiş

Kelimeler: didar: yüz, görünüş, çehre, **dildar:** Gönlü kendine bağlamış olan kimse, sevgili, **devlet:** mutluluk, saadet.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *"Sevgilinin yüzünün zevkiyle varımı yok ettim. Meğersem kalıcı olan mutluluk sevgilinin yüzünün mutluluğu imiş. "*

Klasik Türk şiirinde ʿârız, ʿ,izâr, rû, vech, lehçe, didâr, tal'at, cemâl gibi farklı isimlerle anılan yüz, sevgilinin çoğu güzellik unsurlarını üzerinde barındırmasından dolayı oldukça önemlidir. Sevgilinin yüzü; kirpikleri, gamzeleri gözleri gibi yaralayıcı değildir. Aşık için sevgilinin, yüzü oldukça kutsaldır. Bu nedenle aşık, sevgilinin yüzünü anlatırken çok dikkatli davranır. Hakiki aşık sevgilinin yüzünün güzelliği için benliğini harcar.

Şair bu beyitte divan edebiyatında ki yüzün önemini vurgulamaktadır. Öyle ki sevgilin yüzünün görülmesi, aşığa gülmesi ve göstermesi aşık için daimi bir mutluluk ve huzur vericidir. Yüz, aşık için kutsaldır. Bu sebeple Allah'ın nurudur, aşığın cennetidir. Sevgilinin yüzünü gören aşık artık baki olanın bu olduğunu anlar. Sevgilinin yüzünü gören

aşık, bütün benliğini, varını yok etmiştir. Hiçbir dünya malına, mülküne meyletmez. Sevgilinin yüzü kabe gibidir. Nasıl ki kabeye karşı edilen dualar kabul oluyorsa, sevgiliye karşı da aşık vuslat diler. Beyti tasavvufi boyutuyla da yorumlayabiliriz. Aşık burada sevgili(Allah) uğruna her şeyden vazgeçiyor, bütün dünyevi şeyleri terk ediyor.

Var ile yok kelimeleriyle tezat sanatına yer verilmiştir. Didar kelimeleriyle tekrir yapılmıştır. Didar- dildar kelimelerinde cinas sanatı vardır.

7. Dün Fuzuli arızın girgeç revan tapşırdı can

Lafedip derdi ki canım var emanet-dar imiş

Kelimeler: arız: yanak, **girgeç:** görünce, **emanet-dar:** emanetçi, **revan:** yürüyen,giden, **tapşırmak:** emanet etmek, teslim etmek.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *"Fuzuli dün senin yanağını görünce hemen canını teslim etti. Sürekli lafedip canım var derdi meğerse o emanetçi imiş."*

Klasik Türk şiirinde yanak yüzün büyük bir bölümünü kapladığı için önemli güzellik unsurlarındandır. Sevgilinin yanağı bir içim sudur. Cihanı aydınlatan bir ateştir. Yanak sevgilinin o kara saçlarının arasından parlayan bir mumdur. Yanak mum olunca aşık da onun etrafında dönen pervane olur. Aşığın karanlık dünyası, sevgilinin yüzünün güneşi ile aydınlanır. Bu yüzden Fuzuli sevgilinin o can alıcı yanağını görünce emanetçi olduğu canını teslim etmiştir.

Bu beyitte de bir hakikatten bahsedilmektedir. Sevgilinin yoluna can vermek hakiki aşıklığın bir göstergesidir. Ama aşığa can sevgilinin yoluna verilmek üzere emaneten verilmiştir. Tasavvufi boyutuyla bakarsak bu canı bize bahşeden Allah, emaneten vermiştir. Günü geldiği zaman bu emanet canı tekrar geri alacaktır. Bizler bu canı taşıyan emanetçileriz.

Şair, sevgilinin yanağı uğruna canını verdiğini söylerken mübalağa yapmıştır. Fuzuli derken tecrid sanatını yapmıştır. "Canım var idi" diyerek sevgilisini kasteden şair tevriye sanatına başvurmuştur.

SONUÇ

Klasik Türk Edebiyatındaki metinler günümüzde zor anlaşılmaktadır. Bunun sebepleri günümüz Türkçesinde çok az kullandığımız kelimeleri barındırmaları, metinlerin daha sanatsal olması, anlam yoğunluğu vb. sebepleri sunabiliriz. Metinlerin daha güzel anlaşılması için şerh metoduna gidilmiştir.

Aşk ve ıstırap şairi olan Fuzuli aşk üzerine odaklandığı bu gazelinde hem beşeri hem de ilahi aşka dem vurmuştur. Beyitleri her iki anlamda da yorumlanmaya müsaittir. Aslında klasik edebiyatta beşeri aşk, ilahi aşk yolunda bir basamak olarak kabul edilir. Fuzuli klasik Türk edebiyatının belki de temelini oluşturan aşk ve aşıklığı şairane bir dille anlatmıştır.

Fuzuli her beytinde ayrı konuyu işlediği bu yek-avaz gazelinin 1. beyitinde sevgilinin ağzından ve onun sır olduğundan bahsederken, 2. beytinde sözü meşhur aşk kahramanı Ferhad ile Şirin'e getirmiştir. Bu beyitte Ferhad ile Şirin'in aşkıyla alakalı şeyleri bize sunmuştur. Her beytinde bir bilgelik söz konusudur. Her ne kadar sevgiliden bahsetse de aslında maksadı ömrün gelip geçici olduğunu, misafir olduğumuzu vurgulamaktır. Hikemi söyleyiş ön plandadır.

Genel olarak gazelde şairin aşkının büyüklüğünün diğer büyük aşk kahramanlarından daha büyük olduğu kanısı vardır. Klasik Türk şiirinde genellikle bu kanı mevcuttur. Aşıklar her zaman kendi aşklarını diğer aşıklarınkinden daha üstün görürler. Edebi sanatlar ve çeşitli mazmunlar kullanılarak şiirdeki anlatım zenginleştirilmiştir.

KAYNAKÇA

Çelik, M. Furkan(2019), Klasik Türk Şiirinde Tipler, Doktora Tezi, Kocaeli.

Devellioğlu, Ferit (1992). Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lugat, Ankara: Aydın Kitabevi

Erdoğan, Mehtap(2018), Güzellik Unsurlarıyla Divan Şiirinde Sevgili, İstanbul, Kitabevi Yayınları.

İpekten, Haluk(1986), "Gazel Şerhi Örnekleri" Türk dili Dergisi(Türk Şiiri Özel Sayısı II), Ankara, s. 415-417. kjlıo

Pala, İskender (1995). Ansiklopedik Divan Şiiri Sözlüğü, Ankara: Akçağ Yayınları.

Şentürk, Ahmet Atilla(2002). Sufi Yahut Zahid Hakkında, İstanbul, Enderun Yayınevi.

Tarlan, Ali Nihat(2003), Fûzulî Divanı Şerhi, Akçağ Yayınları, Ankara.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

FUZÛLÎ'NİN "İMİŞ" REDİFLİ GAZELİNİN ŞERHİ

Zelal BARAN[47]

Ös

16. yüzyılda yaşamış, asıl adı Mehmed olan Fuzûlî, klasik Türk edebiyatının önemli şahsiyetlerinden birisidir. Fuzûlî-i Bağdâdî olarak da bilinen ve şiirlerinde Fuzûlî mahlasını kullanan şairimiz sadece kendi döneminin değil klasik Türk edebiyatının her dönemini etkileyen ünlü bir şairdir. Eserlerinde beşeri ve ilahi aşk ön plana çıkmıştır. Devrinde kıymetinin bilinmemesinden, devlet büyüklerinden beklediği ilgiyi görmemesinden, yoksulluktan şikayet etmiş ve bu zaman zaman onun şiirlerine de yansımıştır. Şiirlerine lirizm hakimdir.

Bu çalışmanın amacı Fuzuli'nin "imiş" redifli gazelini klasik şerh metodu ile incelemektir. Bu çalışmada Fuzuli'nin "imiş" redifli gazeli, günümüz Türkçesine çevirisi ve şerh açısından incelenmiştir. Klasik şerh metodu; genellikle iyi anlayan, okuyan şarihin okuyucunun anlamasında sıkıntı yaşadığı kısımları daha iyi açıklama, tercüme, yorumlanma, mazmunların açıklanması ve edebi sanatlarının belirlenmesi esasına dayanır. Genel olarak bu şiirde aşkının büyüklüğünden övünen bir aşık tiplemesi vardır. Şairin hakkında temel bilgiler verildikten sonra gazel klasik şerh metoduna göre şerh edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Klasik Türk edebiyatı, Fuzûlî, Gazel, Şerh.

THE COMMENTARY OF FUZULI'S CHAZEL WITH THE RHYME OF'IMIŞ'

Abstracth

Fuzûli, who lived in the 16th century and whose real name is Mehmed, is one of the important figures of classical Turkish literature. Our poet, also known as Fuzûlî-i Baghdadî, who uses the Fuzûlî mahla in his poems, is a famous poet who influences not only his own period but also every period of classical Turkish literature. In his works, he gives prominence mostly to human and divine love. He complained about poverty, the lack of value in his era, the lack of attention he expected from the elders of the state, and this was reflected in his poems from time to time. His poems are dominated by lyricism.

[47] Yüksek Lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Zelalbrn21@hotmail.com

The purpose of this study is to analyze Fuzuli's 'imiş' ryming ghazel by classical interpretation method. In this study Fuzuli's 'imiş' rhyming ghazel is analyzed according to today's Turkish translation and by classical interpretation method. The classical method is generally based on better explanation, translation, interpretation of the parts that reader may have trouble in understanding and determination of literary arts by the poet who reads and understands well. In general, there is a type of lover in this poem who prides himself on the greatness of his love. After basic information about the poet was given, gazel was examined according to the classical method.

Keywords: Classical Turkish literatüre, Fuzûli, Ghazel, interpretation.

GİRİŞ

14. yüzyıldan beri gelişmekte olan Türk edebiyatı, 16. yüzyılda kendini geliştirerek zirveye ulaşmıştır.16. yüzyıl, Osmanlı Devleti için ayrı bir öneme sahiptir. Sürekli büyüyen Osmanlı Devleti'nin askeri, siyasi ve ekonomik alanlarda göstermiş olduğu başarılar devletin kültürel gelişimini hızlandırmıştır. Padişahların ılımlı devlet politikaları ilim ve sanata düşkünlükleri çok sayıda sanat adamlarının yetişmesine imkân sağlamıştır. Klasik Türk edebiyatı bu gelişmişlik düzeyine ayak uydurmuştur. Bu yüzyılda Zâti, Bâki, Fuzûli, Yahya Bey, Hayali Bey, Nev'i, Usuli gibi büyük şairler yetiştirmiştir. Bu dönemde padişahlar edebiyata büyük destek olmuş ve kendileri de şiirle ilgilenmişlerdir. Ayrıca şairlere verdikleri maddi, manevi destek vermeleri Divan edebiyatını güzel yerlere taşımıştır. Bu yüzyılda klasik Türk edebiyatının temelleri oluşturan büyük şairler yetişmiş. Klasik Türk edebiyatında 16. yüzyıl şairleri için şiir, sevgililerine ulaşmak için önemli bir vasıtadır. Çünkü şiir aşığa içindeki duyguları, hisleri, aşkı anlatma fırsatı verir.

Bu yüzyılda yetişmiş zirve şairlerden olan Fuzûlî, klasik Türk edebiyatına çok önemli katkılarda bulunmuştur. Kendisinden sonra gelen şairler onu örnek almışlardır. 16. yüzyılın en tanınmış şairlerinden sayılan Fuzûlî'nin asıl adı Mehmed'dir. Fuzûlî hakkında bilinenler çok azdır; doğduğu tarih ve yer kesin olarak belli değildir. Hille, Bağdad, ve Necef'te yaşamıştır (İpekten 2018: 27).

Fuzûlî'nin ne derecede bir öğrenim yaptığını bilmiyoruz fakat Türkçe Dîvânının ön sözünde küçük yaşta okula başladığını, burada âşıkâne şiirler okuduklarını, şiir yazmaya da küçük yaşta başladığını, önce âşıkâne şiirler yazdığını, hatta bu şiirlerle tanındığını; fakat şiirlernin bilimden yoksun olmasını istemediğinden bilim tahsiline gayret göstererek bütün aklî ve naklî ilimleri öğrendiğini anlatır. Kısacası Fuzûlî kendi kendini yetiştiren bir şairdir(İpekten 2018: 28).

Fuzûlî'nin çalışmamıza konu olan 'imiş' redifli gazeli aslında hem beşeri hem de ilahi aşk olmak üzere her iki anlamda da yorumlanabilmektedir. Şairin hayatı hakkında temel bilgiler verildikten sonra gazel, klasik şerh metoduna göre şerh edilmiştir. Bu bağlamda gerekli literatür taraması yapıldıktan sonra metin hem biçimsel özellikleri hem de anlamsal yapısı dikkate alınarak incelenmiş, şairin duygu ve düşünce dünyasının anlaşılmasına katkı sağlamak amaçlanmıştır. Klasik Türk edebiyatında klasik şerhler günümüzdeki modern metin şerhi kavramından ayrı tutulmalıdır. Çünkü klâsik şerh yapan bir şarihin kesin bilgiler verme ve metnin bütün dil ve hususiyetlerini ve lügat bilgisini tamamıyla okuyucuya bildirme gibi bir düşüncesi yoktur. Klasik şarihler, o devirdeki edebî birikimi olan çevrelere şerh yapar.

FUZULİ'NİN İMİŞ REDİFLİ GAZELİNİN ŞERHİ

بيلمز ايديم بيلمك اغزيك سررينى دوشوآر ايمش آغزيكى درلردى يوق ددیكلرينجه وار ايمش	Bilmez idim bilmek aġzıñ sırrını düşvār imiş Aġzını derlerdi yoḳ dediklerince var imiş
عاجز اولموش ييقماغا اهييله قوهو قوحكن نيلسين مسكين انون عشقى هم اول مقدار ايمش	ʿĀciz olmuş yıḳmaġa ahıyla kuhu Kuh-ken N'eylesin miskin anun ʿaşḳı hem ol miḳdār imiş
طاشا چكميش حلق ايچين فرحد شيرين صورتين عرز قيلميش حلق محبوبون اعجب بي عار ايمش	Ṭaşa çekmiş ḥalḳ için Ferḥad Şirin suretin ʿArz kılmış ḥalḳa maḥbubun ʿaceb bî-ʿar imiş
كابه احرامينا زاهد ديديلر بل باغلادى ايلديم تحقيق انون باغلانديغى زنار ايمش	Ka'be iḥrāmına zāhid dediler bel bağladı Eyledim taḥḳiḳ anun bağlandığı zünnār imiş
	ʿÖmrlerdir eylerim aḥvāl-i dünyā imtiḥān Naḳd-i ʿömr ü ḥāṣıl-i dünyā hemān bir yār imiş

عمرلردیر ایلریم احوال دنیا امتحان نقدی عمر و حاصل دنیا همآن بیر یآر ایمش	Ẕevḳ-i didāriyle dil-dārın yoḳ ettim varımı Devlet-i bāḳi ki derler devlet-i didār imiş
ذوق دیدارییله دلدارین یوق اتدم واریمی دولتی باقی که درلر دولتی دیدار ایمش	Dün Fużuli ʿarıżın girgeç revān ṭapşırdı cān Lafedip derdi ki cānım var emānet-dār imiş
دون فضولی عارضین کیرکچ روان طاپشیردی جان لاف ادیپ دردی کی جانم وار امانت-دار ایمش	

Vezin: Bilmez idim / bilmek ağzın / sırrını düş / var imiş

˘

– . – –/ – · – – /–. – –/ – ·–

Ağzını der / lerdi yok de / diklerince / var imiş

– · · – / – · – – / –. –·/ –·–

(–)

Vezin: Fâ'ilâtün/fâ'ilâtün/fâ'ilâtün/fâ'ilün

–·– –/–·– –/–·– –/–·–

Kafiye: -âr **Redif:** -imiş

Gazelin Şerhi

1. Bilmez idim bilmek ağzın sırrını düşvar imiş

Ağzını derlerdi yoh dediklerince var imiş

Kelimeler: düşvar: zor, güç.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: "*Ağzının sırrını bilmenin bu kadar güç, zor olduğunu bilmezdim. Ağzın için yok derlerdi dedikleri kadar var imiş.*

Genel olarak klasik Türk edebiyatının güzellik anlayışında sevgilinin ağzı küçüklüğü, rengi, tatlılığı, hayat verici oluşu ve konuşma bakımından ele alınır. Bu şiirde ağzın en belirgin vasıflardan birisi yokluk derecesinde küçük olmasıdır. Bu beyitte de sevgilinin ağzının küçüklüğü ele alınmış. Klasik Türk edebiyatına göre sevgilinin ağzı iğne deliği kadar küçük hatta yoktur. Sevgilinin ağzı yokluk bağının goncasıdır. Gonca olduğu için de söz nedir bilmez. Aşık sevgilinin konuşmasına, bir çift güzel söz söylemesine hasrettir. Bundan dolayıdır ki aşık için sevgilinin ağzı yok denecek kadar küçüktür. Sevgili, aşığına iltifat edip, lutfedip onunla konuşmaz. Ona yüz vermez. Bu sebepten ötürü aşık sevgilinin ağzının varolup, olmadığını bilemez ve sevgilinin ağzındaki sırra erişmesi oldukça zorlaşır. Şair beyitte sevgilinin susmasını, konuşmamasını ve ağzını açmayışını yokluk olarak belirtir. Teşbih sanatı ile sevgilinin ağzı açılmamış gül goncasın benzetilmiştir. Aşık sevgiliye yakın olmak istiyor fakat o fırsatı elde edemiyor ve sevgilinin ağzı bir sır olarak kalıyor.

Aslında o dönemde sevgilinin küçük ağızlı olanı makbulmüş. Bunu şair şiirine yansıtmış, böylece burada sosyal hayatın şiire yansımasını görmekteyiz.

"Ağız, sır, yok" kelimeleri ile tenasüp sanatı yapılmıştır. "Var ve yoh" kelimeleri ile tezat sanatına yer verilmiştir.

2. Aciz olmuş yıkmağa ahıyla kuhu Kuh-ken
N'eylesin miskin anun aşkı hem ol mikdar imiş

Kelimeler: kuh: dağ, **kuh-ken:** dağı delen, dağı kazan, **miskin:** aciz, zavallı, düşkün, fakir, **mikdar:** kıymet, derece.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *" Ferhad ateşli ahıyla dağı delmekten aciz olmuş. Ne yapsın o miskin ki aşkı o kadar imiş."*

Klasik Türk edebiyatında aşığın halini anlatan kavramlardan biri "ah"tır. Ah birçok anlamda kullanılmıştır. **"Ah"** sözü gerek Osmanlı alfabesi ile gerekse Latin alfabesi yazımında **"Allah"** lafzının ilk ve son harfleridir. Aşık ile maşuk arasında her zaman bir engel

vardır. Aşık bir türlü sevgilisine kavuşamaz, ayrılığın acısıyla ah edip durur. Ah duman olup göklere yükselir, aşığın çektiği sıkıntıları herkes duyar.

Klasik edebiyatın şiirlerine konu olan Ferhad ile Şirin'in aşkı bu beyitte de yer almıştır. Şair dağı delen Ferhad'ın içten ve yanık ah çekişinin aciz kaldığını ve bu acizlik ile aşığın sevgiliye olan sevgisini değerlendirdiğini belirtir. Aşık bu beyitte dağı, Şirin için delen Ferhad'ı anımsatarak telmih sanatına yer vermiştir. Şaire göre dağı delen; içten, dertli ve isyankar çekilen ahın aciz düştüğü görülmüştür. Aşık sevgilinin aşkından aciz düşer ah çekermiş. Fakat ikinci mısradaki aciz kelimesiyle dağı delen Ferhad'ın aşıklık noktasında çok ileri seviyede olmadığını savunur. Ve Fuzuli bu beyitte aşıklık konusunda Ferhad'dan geri kalmadığını ve hatta daha üstün bir aşık olduğunu savunup, onu küçümseme yoluna gitmiştir. Nitekim Fuzuli Mecnun içinde bunu söylemiştir;

Mende Mecnûn'dan füzûn âşıklık isti'dâdı var

Âşık -i sâdık menem Mecnûn'un ancak adı var

3. Taşa çekmiş halk için Ferhad Şirin suretin

Arz kılmış halka mahbubun aceb bi'ar imiş

Kelimeler: suret: tarz, yol şekil; gözün ilk bakışta gördüğü şey, dış görünüş, biçim, **bi'ar:** utanmaz, arlanmaz, **mahbub:** sevilen kimse, sevgili.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *"Ferhad halkın görmesi için Şirin'in resmini taşa işlemiş. Böylelikle sevgilisini halka göstermiş, ne kadar utanmaz imiş."*

Beyitte resim temayülü görülmektedir. Şair Ferhad'ın, Şirin'in suretini dağa çizdiğini, onu daima gözünün onunda tutup, dağı daha hırslı bir şekilde delmek istediğini belirtmiş. Klasik Türk şiirinde aşıklar evvela kulaktan daha sonra da gözden aşık olurlar. Gözden aşık olurken görmek suretiyle değil resmini görmek suretiyle aşık olurlar.

Klasik Türk edebiyatında aşıklar sırlarının ifşa edilmesini istemezler. Sevgilinin sureti ne olursa olsun başkalarına gösterilmez, sadece aşık kendi gönlünde sır gibi saklar. Onu bütün yabancılardan saklar, sakınır, korur. Ama utanmaz Ferhat tam tersini yapıp sevgilisinin resmini toplumun görmesi için taşa işlemiş. Bu nasıl aşıklıktır? Ferhad bunu yaparak hakiki aşık olmadığını, sevgilinin ve aşıklığın kıymetini bilmediğini, aşıklık çerçevesinde hareket etmediğini göstermiştir. Ki zaten hakiki sevgilinin de şekil ve sureti olmadığı için Ferhad'ın aşkının beşeri aşk olduğu vurgulanmıştır. Fuzuli burada Ferhad'ı ayıplar. Ay-

rıca burada Ferhat'ın nakkaşlık mesleğine telmih yapılmıştır. Ferhad'ın fırçasından dökülen her bir boya Şirin'e olan aşkının duygularının ifadesidir. Şair sürekli Ferhad'ı küçümseyerek kendi aşkını onun aşkından daha yüce görmüştür. Bu beyitte şair kendi sevgilisini sakındığını gösterir. Halk kelimeleriyle tekrir yapılmıştır. Ferhad aşkından Şirin'in resimlerini dağa çizmesini halka göstermesine bağlayıp hüsn-i ta'lil yapmışlardır.

4. Kabe ihramına zahid dediler bel bağladı

Eyledim tahkik anun bağlandığı zünnâr imiş

Kelimeler: ihram: Kadın ve erkeklerin hac kıyafetleri; hacca, umreye giden bir Müslümanın Beytullah'a saygı göstermek maksadıyla mübah olan şeylerden bazılarını hac veya umre müddetinde kendisine haram kılması. **zahid:** dünyayı terkedip dinin emirlerine çok titizlikle riayet eden dindar, çok dindar olup irfanı olmayan kimse. **tahkik:** bir şeyin doğru olduğunu ortaya çıkarma, hakikatini anlayıp bilme. **zünnar:** papazların bellerine bağladıkları kıldan uzun kuşak.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *" Zahid kabenin ihramına bel bağladı dediler. Araştırdım, sordum meğer onun beline bağladığı zünnar imiş."*

Klasik Türk şiirinde aşık, maşuk, rakip, rind, zahid gibi önemli tipler vardır. Zahid aşktan yoksun bir tiptir. Hayata dar bir pencereden bakan zahid, kendi gibi olmayanları yerer, insanları sürekli günah, cehennem kavramlarıyla korkutan, aşka bakış açısı farklı olan bir tiptir. Kurtuluşa ermenin sadece ibadet ve takva ile olacağını düşünen zahid, aşıklık misyonunu kendisine rehber edinenleri sürekli takvaya davet eder, onların duygu ve davranışlarına müsahama göstermez. Bu yüzdendir ki aşıklar sürekli zahidi hedef alır, onu rakip olarak görür.

Şair bu beytine başlarken dindar görünen, sürekli vaaz ve nasihatlarıyla bunaltan, halkı aleyhine kışkırtarak rahatını kaçıran ancak fırsatını bulunca kendi de nefsine uymayı ihmal etmeyen sözde dindarlara yani zahide değinmiştir. Yani ihramı giyince günahlardan kurtulacağını sanıyor zahid ama sadece ihram giymekle, hacca gitmekle insan günahlardan uzak kalmaz, arınamaz. Şair beyitte zahidin beline bağladığı kemere güveninin boş olduğunu ve her şeyin ihramda bitmediğini ve beline bağladığı kemerin papaz kuşağına benzediğini tarizli bir şekilde söylemiş, gösterişli ibadetleriyle övünen zahidi hicvetmiştir.Yani dış görünüş yetmiyor. Yürekten, canı gönülden yâr(Allah) yolundan gitmek gerekiyor. Bel bağlamak güvenmek manasında kullanılmıştır. Sofu burada dindarlığına güvenmektedir. Dindarlığıyla Allah'ın bütün rızasını aldığını, Hak yolunda olduğunu, dört dörtlük bir zahid olduğunu düşünmektedir.

Bağlamak sözüyle tekrir sanatı yapılmıştır. Şair *bel bağlama* deyimini kullanarak beyitte irsal-i mesel sanatına yer vermiştir. " Kabe- ihram-zahid" kelimeleriyle tenasüp yapılmıştır.

5. Ömrlerdir eylerim ahval-i dünya imtihan

Nakd-i ömr ü hasıl-i dünya heman bir yâr imiş

Kelimeler: ahval: haller **nakd:** madeni para, akçe **hasıl:** meydana gelen, **imtihan:** tecrübe etmek, denemek.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *"Ömrüm boyunca dünyanın hallerini denedim, tecrübe ettim. Ömrün değeri ve dünyanın kazancı sadece bir sevgili imiş."*

Şair bu beyitte dünyada ki yaşamını ve tüm yaşadıklarının vermiş olduğu tecrübeyle, dünyanın bütün hallerinin, malın, mülkün kıymetsiz olduğunu, yersiz ve değersiz olduğunu izah eder. Tek gerçek hazinenin parayla kazanılamayan sevginin olduğunun farkına varmıştır. Sevgili artık şair yani aşık için dünya nimetlerinin önünde gelir. Haliyle şair sevgiliyi dünyadaki her şeyden üstün tutmuştur. Dünyadaki hiçbir durumun, ve hiç kimsenin sevgiliden daha değerli olduğunu düşünmüyor. Şair için artık yegane hazinenin sevgili olduğu ve bu sevgiliye olan sevginin dünya hazineleri ile satın alınamayacağını tüm yaşam tecrübeleriyle dile getirmiştir.

Fuzuli burada tasavvufi manaya ağırlık vermiştir. Buradaki yâr ; Allah'tır. Şair bütün ömrünün sonunda gerçek aşka ulaşmıştır.

Ömr ve dünya kelimeleri ile tekrir yapılmıştır. Yâr kelimesi tevriyelidir, yar derken Allah kastedilmiştir.

6. Zevk-i didarıyla dil-darın yok ettim varımı

Devlet-i baki ki derler devlet-i didar imiş

Kelimeler: didar: yüz, görünüş, çehre, **dildar:** Gönlü kendine bağlamış olan kimse, sevgili, **devlet:** mutluluk, saadet.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *"Sevgilinin yüzünün zevkiyle varımı yok ettim. Meğersem kalıcı olan mutluluk sevgilinin yüzünün mutluluğu imiş. "*

Klasik Türk şiirinde ʿârız, ʿ,izâr, rû, vech, lehçe, didâr, tal'at, cemâl gibi farklı isimlerle anılan yüz, sevgilinin çoğu güzellik unsurlarını üzerinde barındırmasından dolayı oldukça önemlidir. Sevgilinin yüzü; kirpikleri, gamzeleri gözleri gibi yaralayıcı değildir. Aşık için sevgilinin, yüzü oldukça kutsaldır. Bu nedenle aşık, sevgilinin yüzünü anlatırken çok dikkatli davranır. Hakiki aşık sevgilinin yüzünün güzelliği için benliğini harcar.

Şair bu beyitte divan edebiyatında ki yüzün önemini vurgulamaktadır. Öyle ki sevgilin yüzünün görülmesi, aşığa gülmesi ve göstermesi aşık için daimi bir mutluluk ve huzur vericidir. Yüz, aşık için kutsaldır. Bu sebeple Allah'ın nurudur, aşığın cennetidir. Sevgilinin yüzünü gören aşık artık baki olanın bu olduğunu anlar. Sevgilinin yüzünü gören aşık, bütün benliğini, varını yok etmiştir. Hiçbir dünya malına, mülküne meyletmez. Sevgilinin yüzü kabe gibidir. Nasıl ki kabeye karşı edilen dualar kabul oluyorsa, sevgiliye karşı da aşık vuslat diler. Beyti tasavvufi boyutuyla da yorumlayabiliriz. Aşık burada sevgili(Allah) uğruna her şeyden vazgeçiyor, bütün dünyevi şeyleri terk ediyor.

Var ile yok kelimeleriyle tezat sanatına yer verilmiştir. Didar kelimeleriyle tekrir yapılmıştır. Didar- dildar kelimelerinde cinas sanatı vardır.

7. Dün Fuzuli arızın girgeç revan tapşırdı can

Lafedip derdi ki canım var emanet-dar imiş

Kelimeler: arız: yanak, **girgeç:** görünce, **emanet-dar:** emanetçi, **revan:** yürüyen,giden, **tapşırmak:** emanet etmek, teslim etmek.

Günümüz Türkçesiyle Nesir: *"Fuzuli dün senin yanağını görünce hemen canını teslim etti. Sürekli lafedip canım var derdi meğerse o emanetçi imiş."*

Klasik Türk şiirinde yanak yüzün büyük bir bölümünü kapladığı için önemli güzellik unsurlarındandır. Sevgilinin yanağı bir içim sudur. Cihanı aydınlatan bir ateştir. Yanak sevgilinin o kara saçlarının arasından parlayan bir mumdur. Yanak mum olunca aşık da onun etrafında dönen pervane olur. Aşığın karanlık dünyası, sevgilinin yüzünün güneşi ile aydınlanır. Bu yüzden Fuzûlî sevgilinin o can alıcı yanağını görünce emanetçi olduğu canını teslim etmiştir.

Bu beyitte de bir hakikatten bahsedilmektedir. Sevgilinin yoluna can vermek hakiki aşıklığın bir göstergesidir. Ama aşığa can sevgilinin yoluna verilmek üzere emaneten verilmiştir. Tasavvufi boyutuyla bakarsak bu canı bize bahşeden Allah, emaneten vermiştir.

Günü geldiği zaman bu emanet canı tekrar geri alacaktır. Bizler bu canı taşıyan emanetçileriz.

Şair, sevgilinin yanağı uğruna canını verdiğini söylerken mübalağa yapmıştır. Fuzuli derken tecrid sanatını yapmıştır. "Canım var idi" diyerek sevgilisini kasteden şair tevriye sanatına başvurmuştur.

SONUÇ

Klasik Türk edebiyatındaki metinler günümüzde zor anlaşılmaktadır. Bunun sebepleri günümüz Türkçesinde çok az kullandığımız kelimeleri barındırmaları, metinlerin daha sanatsal olması, anlam yoğunluğu vb. sebepleri sunabiliriz. Metinlerin daha güzel anlaşılması için şerh metoduna gidilmiştir.

Aşk ve ıstırap şairi olan Fuzuli aşk üzerine odaklandığı bu gazelinde hem beşeri hem de ilahi aşka dem vurmuştur. Beyitleri her iki anlamda da yorumlanmaya müsaittir. Aslında klasik edebiyatta beşeri aşk, ilahi aşk yolunda bir basamak olarak kabul edilir. Fuzuli klasik Türk edebiyatının belki de temelini oluşturan aşk ve aşıklığı şairane bir dille anlatmıştır.

Fuzûlî her beytinde ayrı konuyu işlediği bu yek-avaz gazelinin 1. beyitinde sevgilinin ağzından ve onun sır olduğundan bahsederken, 2. beytinde sözü meşhur aşk kahramanı Ferhad ile Şirin'e getirmiştir. Bu beyitte Ferhad ile Şirin'in aşkıyla alakalı şeyleri bize sunmuştur. Her beytinde bir bilgelik söz konusudur. Her ne kadar sevgiliden bahsetse de aslında maksadı ömrün gelip geçici olduğunu, misafir olduğumuzu vurgulamaktır. Hikemi söyleyiş ön plandadır.

Genel olarak gazelde şairin aşkının büyüklüğünün diğer büyük aşk kahramanlarından daha büyük olduğu kanısı vardır. Klasik Türk şiirinde genellikle bu kanı mevcuttur. Aşıklar her zaman kendi aşklarını diğer aşıklarınkinden daha üstün görürler. Edebi sanatlar ve çeşitli mazmunlar kullanılarak şiirdeki anlatım zenginleştirilmiştir.

KAYNAKÇA

Çelik, M. Furkan(2019), "Klasik Türk Şiirinde Tipler '', Doktora Tezi, Kocaeli.

Develioğlu, Ferit (1992), " Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lugat'', Ankara, Aydın Kitabevi

Erdoğan, Mehtap(2018), " Güzellik Unsurlarıyla Divan Şiirinde Sevgili'', İstanbul, Kitabevi Yayınları.

İpekten, Haluk(1986), "Gazel Şerhi Örnekleri" Türk dili Dergisi(Türk Şiiri Özel Sayısı II), Ankara, s. 415-417.

İpekten, Halûk (1996), "Divan Edebiyatında Edebî Muhitler'', İstanbul, MEB Yay.

Karataş, Turan (2001), Ansiklopedik Edebiyat Terimleri Sözlüğü'' İstanbul, Yedigece Yay.

Mermer, Ahmet ve Neslihan Koç Keskin (2005), "Eski Türk Edebiyatı Terimleri Sözlüğü'', Ankara, Akçağ Yay.

Pala, İskender (2011), "Ansiklopedik Divan Şiiri Sözlüğü'', İstanbul, Kapı Yayınları.

Şentürk, Ahmet Atilla(2002), " Sufi Yahut Zahid Hakkında'', İstanbul, Enderun Yayınevi.

Şentürk, Ahmet Atilla ve Kartal, Ahmet (2005), "Eski Türk Edebiyatı Tarihi'' İstanbul, Dergâh Yay.

Tarlan, Ali Nihat(2003), "Fûzulî Divanı Şerhi'' , Akçağ Yayınları, Ankara.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

SOSYAL MEDYADA GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM TARZINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA[48]

Gizem AKÇAM[*] - Ahmet ÜNSAL[**]

Öz

Ekosistemde meydana gelen problemlerin temel nedeni aşırı tüketimdir. Küreselleşen dünya ve gelişen teknoloji ile birlikte yaygınlaşan sosyal medya kullanımı bireyleri aşırı tüketime teşvik etmektedir. Özellikle, popüler kültürü yakından takip eden genç kesimler gereksinimlerinden daha fazlasını tüketme eğilimindedirler. Bu çalışmada amaç; üniversite öğrencilerinin gösterişçi tüketim tarzlarını sosyal medya aracılığı ile sergileme eğilimlerini incelemektir. Çalışmanın örneklemi Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışmanın veri toplama aracı olarak üç bölümden oluşan anket formu hazırlanmıştır. Google formlar aracılığıyla hazırlanan anket online bir şekilde öğrenciler tarafından doldurulmuştur. Formun ilk bölümde katılımcıların cinsiyeti, yaşı gibi demografik bilgilere ilişkin sorular, ikinci bölümünde katılımcıların gün içinde sosyal medya kullanım bilgilerine ilişkin sorular yer almıştır. Üçüncü bölümde ise İlhan ve Uğurhan'ın (2019) geliştirmiş olduğu "Sosyal Medyada Gösteriş Tüketimi Eğilimi" ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte, "Tüketim ilginliği", "Kişisel imaj temsiliyeti" ve "Paylaşım memnuniyeti" olmak üzere üç boyut yer almaktadır. Araştırmanın örneklemi 158 kadın ve 129 erkek öğrenci olmak üzere 287 kişiden oluşmaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre katılımcıların % 48,6'sının sosyal medya paylaşımları aracılığı ile çevrelerinde saygınlık kazanmayı hedefledikleri belirlenmiştir. Ayrıca cinsiyet ile kişisel imaj temsiliyeti arasında anlamlı bir fark olmadığı ve öğrenim görülen üniversite birimi ile paylaşım memnuniyeti arasında anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Buna karşın kişisel aylık gelir ile tüketim ilginliği arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gösterişçi Tüketim, Tüketici, Tüketici Davranışı, Sosyal Medya.

[48] Bu çalışma Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde halen yürütülmekte olan aynı konulu yüksek lisans tezinden türetilmiş olup, 4-5 Eylül 2021 tarihinde gerçekleştirilen IV. USVES (Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu'nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü. E-posta: akc.gizem@hotmail.com, Orcid: 0000-0001-9255-813X

** Dr. Öğr. Üyesi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, İşletme Anabilim Dalı. E-posta: ahmetunsal@mail.ru, Orcid: 0000-0002-8295-5155

A RESEARCH ON CONSPICUOUS CONSUMPTION STYLE IN SOCIAL MEDIA

Abstract

The main cause of the problems occurring in the ecosystem is excessive consumption. The use of social media, which has become widespread with the globalizing world and developing technology, encourages individuals to over-consume. In particular, young people who closely follow popular culture tend to consume more than they need. The aim of this study is to examine the tendency of university students to display their conspicuous consumption styles through social media. The sample of the study consists of Kırşehir Ahi Evran University students. A questionnaire consisting of three parts was prepared as the data collection tool of the study. The questionnaire prepared through Google forms was filled in online by the students. In the first part of the form, there were questions about demographic information such as the gender and age of the participants, and in the second part, questions about the participants' information about their use of social media during the day. In the third part, the "Conspicuous Consumption Tendency in Social Media" scale developed by İlhan and Uğurhan (2019) was used. There are three dimensions in the scale: “Consumption interest”, “Personal image representation” and “Sharing satisfaction”. The sample of the study consists of 287 people in total, 158 female and 129 male students. According to the findings obtained from the study, it was determined that 48.6% of the participants aimed to gain prestige in their environment through their social media posts. In addition, it was determined that there was no significant difference between gender and personal image representation, and there was no significant difference between the university unit and sharing satisfaction. On the other hand, it has been determined that there is a significant difference between personal monthly income and consumption interest.

Keywords: Conspicious Consumption, Consumer, Consumer Behavior, Social Media.

GİRİŞ

İnsanoğlu varlığından bu yana başta fizyolojik ihtiyaçları olmak üzere ihtiyaçlarını giderirken hem üretici hem de tüketici bir varlıktır. Her insan nefes almak, yemek, içmek, boşaltım yapmak gibi temel fizyolojik faaliyetleri yerine getirmek bu nedenle de tüketmek zorundadır. Küreselleşme ve toplumların modernleşmesi ile birlikte ihtiyaçların kapsamı genişlemiş ve toplumlar birer tüketim toplumuna dönüşmüştür. Tüketim toplumları

ise tüketim nesnelerine onların birer statü göstergesi olduğuna yönelik ekonomik anlamlar yüklemişlerdir. Bu durum yeni tüketim tarzlarının ortaya çıkmasının önünü açmıştır. Ortaya çıkan yeni tüketim tarzları yeni ihtiyaçlar doğurmuştur. Sürekli yeni ihtiyaçların ortaya çıkışı tüketimi yalnızca fizyolojik ihtiyaçların karşılanmasından çok daha öte bir boyuta taşımıştır. Tüketim artık insanların manevi bir doyuma ulaşmalarında kullandıkları bir araç haline gelmiştir.

Tüketimin manevi boyutu özellikle Sanayi Devrimi sonrasında ön plana çıkmıştır. Sanayi Devrimi ile birlikte üretimde meydana gelen artış toplumsal bakımdan köklü değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. Kol gücü yerine makinelerin kullanılmaya başlanması ile işçilerin iş yükü azalmış ve onlarda bir "boş zaman" ortaya çıkmıştır. Üretim artışının maliyetleri azaltması sonucunda ise önceden yalnızca bazı kesimlerin satın alabildiği mal ve hizmetler, toplumun diğer kesimlerince de rahatlıkla satın alınabilir olmuştur (Acar, 2018). Veblen "The Theory of the Leisure Class" (Aylak Sınıfın Teorisi) isimli kitabında, iş hayatında iş yükünün hafiflemesiyle boş zamana kavuşan ve bu boş zamanını satın aldıkları mal ve hizmetleri sergileyerek, kavuştuğu yeni toplumsal sınıfını göstermeye çalışarak harcayan orta sınıfı "Boş zaman sınıfı", "Aylak sınıf" şeklinde nitelendirmiştir (Storey, 2017).

İnsanların mal ve hizmetlere ekonomik anlamlar yüklemesi, onları tüketim tarzları aracılığı ile ait oldukları sosyo-ekonomik statüyü çevrelerindeki insanlara göstererek saygınlık kazanma çabasında bulunmaya teşvik etmiştir. Veblen insanların bu çabaya dayandırdıkları tüketim tarzını "Gösterişçi tüketim" olarak ifade etmiştir. Veblen'e göre gösterişçi tüketimin temelinde, insanların çevrelerindeki insanlardan daha üst bir sosyo-ekonomik bir statüye ait olduklarını satın aldıkları mal ve hizmetlerle gösterme çabası yatmaktadır. Bu çaba, insanları rasyonel tüketimden uzaklaştırmakta ve aşırı tüketime yol açmaktadır.

Aşırı tüketime teşvik eden pek çok faktör olmakla birlikte bunlardan en önemlisi sosyal medyadır. Sosyal medya, eğlenceli bir mecra olması sebebiyle her geçen gün kullanıcı sayısını ve uygulama içeriklerini artırmaktadır. Fotoğraf, bilgi, güncel olaylar gibi pek çok içerik paylaşımının yanı sıra iletişimi anlık sağlayabilmesi sosyal medyayı önemli bir iletişim mecrasına dönüştürmüştür. Bu nedenle sosyal medyanın bilgilendirme, toplumsallaştırma, kültürel devamlılık sağlama, eğlendirme, kamuoyu yaratma gibi pek çok fonksiyonu vardır (Mora,2008). Tüketicilere ihtiyaçlarından daha fazlasını sunan sosyal medya uygulamaları, popüler kültürün dayattığı ürün ve hizmetleri daha görünür kılmaktadır. Bu nedenle tüketim nesnelerini sergileme aracılığıyla çevrelerinden saygınlık kazanma çabasına giren tüketiciler için sosyal medya yardımcı bir araç olmaktadır. Günümüzde artık pek çok tüketici sosyal medyayı, satın aldıkları lüks tüketim nesnelerini sergileyerek kendilerini ait hissettikleri sosyo-ekonomik statü hakkında çevrelerindeki insanlara mesaj verme amacıyla kullanmaktadır. Başkalarından görerek sürekli yeni ve

farklı ürün ve hizmetlerle karşılaşan tüketiciler bu ürün ve hizmetlerin kendilerinde de olması için bir çabaya girişerek kendileri için yeni ihtiyaçlar yaratmaktadırlar. Karşılanan her ihtiyaç beraberinde başka bir ihtiyacı doğurmakta ve bu tüketim döngüsünün genişleyerek ilerlemesi tüketicileri aşırı tüketime sevk etmektedir. Bu nedenle sosyal medya başlı başına bir endüstriye dönüşmektedir (Demirel ve Yegen, 2015).

Bu çalışmanın amacı, sosyal medyada gösterişçi tüketim tarzının incelenmesidir. Sosyal medya, bireyleri gösterişçi tüketime teşvik ederek aşırı tüketime neden olan bir mecraya dönüşmektedir. Kaynakların bilinçsiz kullanımının ekosistemdeki bozulmalara neden olduğu gerçeği düşünüldüğünde aşırı tüketim konulu çalışmalara ağırlık verilmesi gerekmektedir. Bu çalışma, sosyal medyanın aşırı ve bilinçsiz tüketime teşvik eden bir araç olarak kullanılmasının gösterişçi tüketim üzerindeki etkilerini çalışmak isteyen araştırmacılar için önemli bir kaynak niteliği taşımaktadır.

Tüketim ve İhtiyaçlar

İnsanların fizyolojik, biyolojik ve sosyo-kültürel açıdan pek çok ihtiyacı vardır. İnsanların hayatta kalabilmek, bir birey olarak yaşadıkları topluma katılabilmek, insani kapasitelerini geliştirebilmek için mal ve hizmetlere yönelik giriştikleri faaliyetlerin tamamına tüketim denir (Altunışık vd., 2014). Tüketim, insanlar doğdukları andan itibaren yaşantılarında yer edinmeye başlayan ve her insan için gerekli olan bir faaliyettir (Torlak, 2016). Tüketim, ekonomiden psikolojiye kadar pek çok alanın içinde yer alır. Örneğin, ekonomi bilimi tüketimi, ihtiyaçların bir bedel karşılığında mal ve hizmetlerle giderilmesi boyutuyla ele alır. Tüketim, bir ürün ya da hizmetin satın alınması ve elden çıkarılması arasında geçen süreçte tüketicilerin sosyo-kültürel davranışlarını inceleyen psikoloji biliminin de önemli bir konusudur (Seyfi ve Çerçi, 2017).

Tüketim, insanların varlıklarını devam ettirebilmelerinin ön koşuludur ve tüketim faaliyetlerinin tamamı ihtiyaçlardan doğmaktadır (Torlak, 2016). Yeme, içme, arzular, sevgi, saygınlık, itibar insanların yaşamları boyunca gidermek istediği ihtiyaçlardır. Bu nedenle, konserve gıda ürünlerinden Rap türünde bir müziğe, demokrasiden özgürlüğe kadar her şey tüketime konu olmaktadır (Solomon, 2017).

Parasız'a göre ihtiyaç; tatmin edilmeleri sonucunda insanların mutlu olduğu, tatmin edilmediklerinde ise insanların ızdırap çektiği her şeydir (Pekcan, 2003). İnsanlar sürekli bir şeylere ihtiyaç duyarlar ve bir ihtiyacın egemenliği altına girdikleri andan itibaren bütün çabalarını o ihtiyacı gidermek için sarf ederler. İnsanlar öyle ilginç varlıklardır ki, bir şeye ihtiyaç duyduklarında o ihtiyaçlarını giderdikten sonra başka bir ihtiyaçlarının olmayacağı düşüncesine kapılırlar. Örneğin çok aç olan bir insan için yaşam yemekten ibarettir. Eğer o insana yaşantısının geri kalanında yemeksiz kalmayacağı garantisi verilirse başka hiçbir şeye ihtiyacı olmayacağını düşünerek insan yaşantısında vazgeçilmez nitelikte olan

aşk, saygı, özgürlük gibi değerleri sıradan birer kavramlarmış gibi kolaylıkla kenara itebilir (Maslow, 1943). Her insanın ihtiyaç olarak kabul ettiği şeyler birbirinden farklıdır. Bir insan için çok önemli bir ihtiyaç başka bir insan için son derece önemsiz olabilir (Dal, 2017). İbn Haldun'a göre ihtiyaçlar, insanların yaşantılarını ve toplumsal varlıklarını devam ettirebilmeleri için kilit bir faktör olmanın yanı sıra bir toplumun gelişmesinde de itici bir güçtür (Göcen, 2013).

İhtiyaçların Sınıflandırılması

Literatürde ihtiyaçlar çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır. Marx ihtiyaçları iki sınıfa ayırmıştır. Buna göre ihtiyaçlardan birincisi doğal ihtiyaçlardır. Doğal ihtiyaçlar beslenme, barınma ve cinsellik gibi bir insanın varlığını devam ettirmesini sağlayan ihtiyaçlardır. İhtiyaçların ikincisi ise, insanın sosyal bir varlık olmasının gereği ile ortaya çıkan saygınlık, itibar gibi tür varlığımıza özgü olan sosyal ihtiyaçlardır (Storey, 2017).

İbn Haldun'a göre ihtiyaçlar üç sınıfa ayrılır. Bunlardan birincisi Marx'ın doğal ihtiyaç olarak tanımladığı insanların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için tatmin edilmesi gereken beslenme ve barınma ihtiyaçlarından oluşan zaruri (temel) ihtiyaçlardır. İkinci ihtiyaç türü hâci ihtiyaçlardır. Hâci ihtiyaçlar, zaruri ihtiyaçlardaki kadar giderilme zorunluluğu olmayan ancak giderildiklerinde insanlara mutluluk veren ihtiyaçlardır. Üçüncü ihtiyaç türü ise kemâlî ihtiyaçlardır. Kemâlî ihtiyaçlar, insanların gelecekteki ihtiyaçlarına yönelik düşünce ve estetikle ilgili ihtiyaçlardır (Göcen, 2013). Abraham Maslow ise İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi'ni ortaya atmış ve ihtiyaçların "Fizyolojik ihtiyacı, güvenlik ihtiyacı, ait olma ve sevgi ihtiyacı, saygınlık ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı" olmak üzere beş sınıfa ayrıldığını ileri sürmüştür (Acar, 2000).

İhtiyaçlar Hiyerarşisi

İhtiyaçlar hiyerarşisi, insanların yaşamları boyunca tatmin etmek isteyecekleri ihtiyaçlarının beş grup halinde sınıflandırılarak önem sırasına göre basamaklar şeklinde sıralandığı bir piramidi ifade etmektedir. Piramitte yer alan ihtiyaçlardan birinin ortaya çıkması, alt basamaklardaki ihtiyaçların giderilmesine bağlıdır (Maslow, 1943).

Bir ihtiyacın giderilmesinden kaynaklanan memnuniyet ne kadar fazla olursa o ihtiyaca atfedilen önem daha az olur ve bir üst basamaktaki ihtiyacın önemi artmaya başlar. İhtiyaçlar hiyerarşisi basamaklarında yer alan ihtiyaçlardan birinin kısmen bile olsa giderilmesi bir üst basamakta yer alan ihtiyaç seviyesini tetikleyerek harekete geçirmeye başlayacaktır (Berl vd.,1984). İnsanlar ihtiyaçlarını her zaman tamamen gidermeyebilirler. Böyle bir durumda ihtiyaçların giderilmeyen kısmı yeniden önemli bir ihtiyaç olarak tanımlanarak hiyerarşik sıralamada üst sıralara taşınır. Böylelikle hiyerarşik yapı sürekli olarak korunmaya devam eder (Erickson, 1973).

Fizyolojik İhtiyaçlar

İnsanların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için gidermek zorunda oldukları nefes alma, yeme, içme, uyuma, boşaltım gibi en temel ihtiyaçlardır. Bu nedenle fizyolojik ihtiyaçlar geri kalan bütün ihtiyaçlara göre en güçlü olan ihtiyaçlardır. Fizyolojik ihtiyaçların karşılanmasına yönelik gerçekleştirilen her faaliyet diğer ihtiyaçları ortaya çıkaran bir kanal işlevine sahip olur (Maslow, 1943). Fizyolojik ihtiyaçlar bütün insanlar için ortak ihtiyaçtır ve öğrenilmemiş oldukları ileri sürülen bu ihtiyaçlar canlı varlık olmanın bir gereğidir (Ercoşkun ve Nalçacı, 2005).

Güvenlik İhtiyacı

İnsanların korku ve endişelerden arınmış, korunaklı ve istikrarlı bir yaşam isteği güvenlik ihtiyacını doğurur. Güvenlik ihtiyacının ortaya çıkışı fizyolojik ihtiyaçların giderilmesinden sonra ortaya çıkmaktadır. Güvenlik ihtiyacını gidermeyen insanların ihtiyaçlar hiyerarşisindeki bir üst basamağa çıkarak sosyal ilişkiler kurma düzeyine geçmesi pek mümkün değildir. Fizyolojik ihtiyaçlarını gideren insanların, kendisini ve ailesini tehlikelerden ve kargaşa ortamından uzak tutma isteği neticesinde güvenli bir bölgede yaşama ihtiyacı ortaya çıkacaktır. Kendini ve ailesini güvende hissetmeyen insanlar için ihtiyaçlar hiyerarşisinin bir üst basamağında yer alan ihtiyaç düzeyi ortaya çıkmayacaktır. (Maslow, 1943). Demokratik toplumlarda insanların güvenlik ihtiyacını karşılayan en önemi faktörler demokrasi ve hukuk kurallarıdır. Bu nedenle demokrasi ve hukuk kurallarının düzgün işlemesi, insanların kendilerini güvende hissetmelerini sağlamanın yanı sıra yaşam kalitelerini de artıracaktır (Kula ve Çakar, 2015).

Paylaşma ve Sevgi İhtiyacı

İnsanlar sürekli etkileşim ve iletişim halinde olduklarından sosyal canlılardır. Bu nedenle fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarını karşılamış olan insanlar, kendilerini yalnız hissetmemek için başka insanların varlığına ihtiyaç duyarak hayatlarında bir arkadaş, sevgili, eş, çocuk eksiliği hissetmeye başlayacaktır. Bu nedenle insanlar kendilerini bir aileye ve bir gruba ait hissedebilmek, romantik ilişkiler kurabilmek için yoğun bir çaba sarf edecektir. Bir aileye ve bir gruba aidiyet ihtiyacının karşılanması beraberinde bu aile ve grup içinde sevilmek, değer görmek, dışlanmama, yalnız kalmama ihtiyacını doğuracaktır (Maslow, 1943).

Saygınlık İhtiyacı

İnsanlar kendilerini toplum içinde yüksek bir statüde değerlendirerek özsaygı kazanımının yanı sıra diğer insanların da saygılarını kazanmaya ihtiyaç duyarlar. Özsaygının kazanımı başarı, güç, yetkinlik ve yeterlilik aracılığı ile sağlanırken başkalarının saygısı statü, şöhret, haysiyet aracılığıyla kazanılır. Özsaygı ihtiyacının giderilmesi, insanlarda

özgüveni artırarak yetenekli ve yeterli olma, başarılı hissetme, dünyaya faydalı olma duygusunu ortaya çıkarırken özsaygı ihtiyacının giderilmemesi zayıflık, çaresizlik, yetersizlik duygularının ön plana çıkmasına neden olur (Maslow, 1943).

Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı

"Kendini gerçekleştirme" terimi ilk olarak Alman psikiyatrist Kurt Goldstein tarafından kullanılmış olup insanların kendilerini gerçekleştirme arzularına dayanarak insan olmanın verdiği doğaya atıfta bulunur. Kendini gerçekleştirme, insanların kendileri için en uygun olanı belirleyerek potansiyellerinin gerektirdiği şekilde kendileri için en uygun olanı yapmalarını ifade eder. İnsanlar ihtiyaçlar hiyerarşisinin diğer basamaklarında yer alan ihtiyaçlarını ne kadar gidermiş olsalar da kendileri için en uygun olan şeyi yapmadıklarında kendilerini mutsuz hissedeceklerdir. Bu nedenle insanlar, potansiyelleri neyi gerektiriyorsa onu yapmalıdır (Maslow, 1943).

Tüketim Tarzları

Tüketim, somut ya da soyut herhangi bir ihtiyacın giderilmesinde ihtiyaca konu olan şeyin, bedeli ödenerek ya da bedelsiz bir şekilde kullanılması ve harcanmasıdır (Solomon, 2017). Tüketim faaliyetlerini gerçekleştirirken bireylerin ortaya koydukları davranış biçimlerini ifade eden tüketim tarzları (Bögenhold ve Naz, 2018) bireylerin yedikleri yemeklerden, gittikleri mekânlara, taktıkları aksesuarlardan ev dekorasyonları için kullandıkları mobilyalara kadar günlük yaşantılarında tercih ettikleri bütün tüketim nesneleri hakkında bilgi verir (O'Cass ve McEwen, 2004). Literatürde çeşitli tüketim tarzları yer almakla birlikte başlıca tüketim tarzları şunlardır:

- Rasyonel (faydacı) tüketim
- Hedonik tüketim
- Gönüllü sadelik tüketimi
- Gösterişçi tüketim

Rasyonel (Faydacı) Tüketim

İhtiyaçların giderilmesinde ihtiyaçlara tam karşılık sağlayan ürünlerin tüketilmesi rasyonel tüketimi ifade etmektedir (Harvey, 2017). Rasyonel ya da faydacı tüketim tarzı, bireylerin tüketecekleri ürünleri seçerken kendilerine faydalı olanlara yönelerek herhangi bir fayda sağlamayacak olanları tercih etmemelerini ifade etmektedir. Rasyonel tüketimde bireyler tüketime konu olacak ürüne karar verirken duygusal faktörlerden etkilenmezler, ürünleri akıl süzgecinden geçirerek gerekliliğe göre tercih eder ve tüketirler (İlhan ve Uğurhan, 2019).

Hedonik Tüketim

Hazcı tüketim olarak da bilinen hedonik tüketim, ürün ya da hizmetlerin işlevsellik boyutundan ziyade kullanım esnasında yarattığı haz duygusunu yaşamak amacıyla yapılan tüketimdir (Aytekin ve Ay, 2015). Hedonik tüketim tüketicileri beğenilme, dikkat çekici olma gibi psikolojik ihtiyaçlarına karşılık bulmayı amaçlayarak zevk, eğlence ve keyif veren ürün ve hizmetlere yönlendiren bir tüketim tarzı olduğundan elde edilen fayda soyuttur (Odabaşı ve Barış, 2018).

Gönüllü Sadelik Tüketimi

Bireylerin günlük yaşantılarında elde etme imkânları varken gereğinden fazla tüketim nesnelerinden gönüllü bir şekilde uzaklaşmaları gönüllü sadelik tüketimini ifade etmektedir. Bencil bir şekilde tüketime yönelmek, bireyleri mevcut ekonomik sisteme hizmet etmenin ötesine taşımamaktadır. Mevcut sistemin dayattığı tüketim tarzları israfa dayanmaktadır. Gönüllü sadelik tüketimi tarzı daha bilinçli ve hassasiyetle tüketmeye teşvik ettiğinden bireylerin yaşantılarında israfı büyük ölçüde engellemektedir (Babaoğul ve Buğday, 2012).

Gösterişçi Tüketim

Gösterişçi tüketim insanların, zenginliklerini, statülerini ve toplumsal yapıdaki güçlerini gösterme amaçlı yaptıkları tüketimdir (Phau, 2019). İlk olarak Thorstein Veblen'in "Aylak Sınıfın Teorisi (The Theory of the Leisure Class)" isimli kitabında ortaya attığı 'Gösterişçi tüketim' bireylerin saygınlık kazanmak, zenginliklerini ve ait oldukları ya da olmak istedikleri sosyal statülerini çevrelerindeki kişilere göstermek gibi nedenlerle bireyleri lüks ürün ve hizmetler satın almaya teşvik eden tüketimdir. Bu nedenle gösterişçi tüketim, ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan 'saygınlık kazanma ihtiyacı'na atıfta bulunur (Featherstone, 2007). Gösterişçi tüketim ile bireyler kendilerinden daha üst sosyal sınıflara ait olan bireylerin tüketim davranışlarını taklit ederler (Erciş vd.,2016). Veblen'e göre gösterişçi tüketim ilk olarak yağmacı toplumlarla ortaya çıkmış ve yağmacı toplumun tüketim davranışları ile de şekillenmiştir. Yağmacı toplumlar beraberinde bir 'Aylak Sınıf' ortaya çıkarmıştır. Yağmacı toplumların ön plana çıkan temel özellikleri savaşçı olmalarıdır. Savaşçı olmaları bu toplumları üretken olmaktan uzaklaştırmaktadır ancak bu durum onlara savaşlar aracılığıyla sağlanan zenginlikler nedeniyle herhangi bir zarar vermemektedir (Tunç, 2017).

Yağmacı toplumlardaki tüketim davranışları endüstriyel dönem ile birlikte yerini endüstrideki gelişmelerin yarattığı üretim artışının doğal sonucu olarak gelen başarıyı kendi başarısı gibi göstermeye çalışan orta sınıfın tüketim davranışlarına bırakmıştır. Veblen, Sanayi Devrimi neticesinde kol gücünün yerine makine gücünün geçmesiyle fazlasıyla boş zamana kavuşan ve üretim artışıyla birlikte zenginleşen, yeni sosyal statüsünü güvence

altına almayı da sahip olduğu tüketim nesnelerini sergileme stratejisi aracılığıyla sağlamaya çalışan orta sınıfı "Boş zaman sınıfı" ve "Aylak sınıf (leisure class)" şeklinde nitelendirmiştir (Storey, 2017). Sanayi Devrimi sonrası meydana gelen ekonomik gelişmelerle birlikte asgari geçim düzeyini aşan nitelikli malların tüketiminde boş zaman sınıfı ön plana çıkmıştır. Boş zaman ile birlikte gösterişçi tüketim soylu bir yaşam tarzının en önemli ögeleri haline gelmiştir. Dolayısıyla gösterişçi tüketim "Boş zaman beyefendisi"nin itibarını göstermek için kullandığı temel bir araç olmuştur (Veblen, 2006). Veblen'e göre aylaklık boş zamanı ifade ederken gösterişçi tüketim israfı yani malların boşa harcanmasını ifade etmektedir (Sakarya vd., 2020).

Douglas ve Isherwood malların, önemli bir bilgi sistemi olduğu ileri sürmektedir. Malların, çevrelerine kendileri hakkında bilgiler sunuyor olması onların çevredekilere mesaj vermede "sembolik bir araç" olarak kullanılmasına yol açmaktadır. Tüketim nesnelerinin böyle bir "bilgi sistemi"ne dönüşmesi, insanların söz konusu tüketim nesnelerine atfettikleri değer ile ilgilidir (Storey, 2017). Gösterişçi tüketim ile zenginliğin, statünün gösterilmesinde lüks ürünler araç olarak kullanılır (Phau, 2019). Lüks mal ve hizmetler diğerlerine göre daha pahalı olduklarından bu mal ve hizmetlere herkes tarafından kolaylıkla erişim sağlanamaz. Bu durum tüketicilerde lüks mal ve hizmetlere karşı üstünlük ve benzersizlik algısı oluşturmakla birlikte bu mal ve hizmetleri tüketen kişilerin de diğer kişilerden statü bakımından daha üstün oldukları kanısına yol açmaktadır (Liu vd., 2018). Bireylerin günlük yaşantıda giyim tarzlarından zevk ve tercihlerine kadar sahip oldukları her şey ait oldukları ya da ait olmak istedikleri sosyal sınıfa işaret eder (Kırboğa, 2019).

Popüler kültür, başta genç kesim olmak üzere bireyleri gösterişçi tüketim davranışına yönlendiren önemli bir güçtür. Çünkü popüler kültür, bireyler üzerinde özenti etkisi yaratarak onların ihtiyaç duymadıkları tüketim nesnelerine bile temel ihtiyaç gözüyle bakmalarını hedefler (Coşgun, 2012). Günümüzde gösterişçi tüketime yönelik davranışlar alt sınıflara kadar inmiştir (Çınar ve Çubukçu, 2009). 1970'li yıllarla birlikte bireylerin tüketim tarzları onların kimliğini tanımlamada önemli bir yer edinmiştir. 1980'li yıllarla birlikte ne tükettiğini gösterebilmek insanlar için önemli hale gelmiştir. Dolayısıyla gereğinden fazla tüketmek artık ayrıcalık göstergesi olmuştur. Geleneksel medya ve sonrasında gelişen teknoloji ile birlikte geleneksel medyadan daha çok kullanılır hale gelen sosyal medya, bireylerin gereğinden daha fazla tüketmesi gerektiğine yönelik yaygın bir algı oluşmuştur (Aydoğan, 2009).

Sosyal Medya

Sosyal medya, insanların birbirleri ile iletişim kurmalarını ve her türlü bilgiye kolaylıkla ulaşmalarını sağlayan çift yönlü ve eş zamanlı bir medya sistemidir. Günümüzde artık insanlar yemek tariflerinden el sanatları eğitimine, önemli bir bilimsel bilgiden ünlü bir mankenin kıyafetine kadar her türden bilgiye, fikirlere ve görsellere sosyal medya araçları ile ulaşabilmektedir. Sosyal medyaya artan bu ilgi sebebiyle her gün yeni bir sosyal medya uygulaması ortaya çıkmaktadır. Geleneksel medyaya göre insanlara daha hızlı erişim imkânı sunan sosyal medya, gerekli uygulamalar aracılığı ile fazla sayıda sosyal medya kullanıcı ile etkileşime giren kişisel blogları neredeyse "profesyonel yayın" konumuna ulaştırmıştır. (Quesenberry, 2019). Geleneksel medyanın televizyon, radyo, dergi, gazete gibi iletişim araçlarında iletişim tek yönlü gerçekleşirken sosyal medyanın geribildirim sağlayabilme özelliği tüketicilere önemli bir avantaj sağlamakla birlikte sosyal medyayı geleneksel medyaya göre daha çok tercih edilir olma ayrıcalığı sağlamaktadır (Macarthy, 2017). Bilginin internet vasıtasıyla tüketicilere ulaşabilme kapasitesi geleneksel medyaya nispeten sosyal medyada daha yüksektir (Schivinsky ve Dabrowski, 2014).

Sosyal medya bilginin paylaşıldığı ve yönlendirildiği bir platform olmakla birlikte tüketicilerin sosyo-kültürel faaliyetlere de kolaylıkla ulaşmasına yardımcı olan bir araçtır (Mora, 2008). Sosyal medya insanların yaşantısında öyle büyük bir yer edinmiştir ki, insanlar artık sosyal medyadan uzak bir hayatı sıkıcı bulmaktadır. Tüketicilerin bu zaafından faydalanan sosyal medya uygulamalarının, tüketicilerin özel hayat mahremiyetini ihlal edebilen, yanlış bilgiler yayabilen, çocukları kendine bağımlı hale getirebilen bir platform olduğunu göz ardı etmemek gerekir (Solomon, 2017).

Tüketiciler satın almak istedikleri ürün ve hizmetlerle ilgili bilgilere, işletmeler ise ürün ve hizmetlerine yönelik tüketici taleplerine anında ulaşmak isterler. Sosyal medya, tüketicileri ve işletmeleri kolaylıkla bir araya getirerek birbirleriyle etkileşim ve iletişim kurmalarını sağlamaktadır (Schivinsky ve Dabrowski, 2014). İşletmelerin ve tüketicilerin bir araya gelmesini en kolay hale getiren başlıca uygulamalar Instagram, YouTube, Facebook, Twitter ve Pinterest'tir (Macarthy, 2017).

Etkili pazarlama stratejileri ile tüketicileri her yönden kuşatan işletmeler sosyal medya aracılığı ile tüketicilerdeki tüketme arzusunu hedef alarak onları daha çok tüketmeye teşvik etmektedir (Çınar ve Çubukçu, 2009). Sosyal medya popüler kültürün dayatmış olduğu ürün ve hizmetlere yönelik içerikleri reklamlar aracılığı ile tüketiciler için daha görünür bir konuma getirmektedir. Dolayısıyla tüketicileri ihtiyaç dışı tüketime teşvik ederek tüketim faaliyetlerinin artmasına neden olduğundan sosyal medyanın kendine özgü ayrı bir endüstri olduğu kabul edilebilir (Demirel ve Yegen, 2015).

YÖNTEM

Bu bölümde araştırma kapsamında izlenecek model ve yöntem ile birlikte araştırma verilerinin toplanması, araştırmanın evren ve örneklemi, verilerin toplanmasında kullanılacak veri toplama araçları ve verilerin analizi ile ilgili bilgilere yer verilecektir.

Araştırmanın Deseni

Bu araştırma kapsamında ilişkisel tarama modeli kullanılmış olup ilişkisel tarama modeli iki ya da daha fazla sayıdaki değişken arasındaki değişimin belirlenmesi ile ilgili çalışmalarda kullanılmaktadır (Karasar, 2010).

Araştırmanın Örneklemi

Araştırma kapsamında örneklemin belirlenmesinde çeşitli sınırlılıklar nedeniyle örnekleme daha kolay ulaşma ve uygulama yapabilme olmasını sağlayan (Fraenkel vd., 2012) uygun örnekleme tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmanın örneklemi, uygun örnekleme tekniğine uygun olarak 2020-2021 yılları arasında Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi'nin çeşitli birimlerinde öğrenim gören 287 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak anket formu oluşturulmuştur. Anketin ilk bölümünde katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorular, ikinci bölümünde ise katılımcıların gün içinde sosyal medya kullanımına ilişkin sorular yer almıştır. Anketin üçüncü bölümünde ise İlhan ve Uğurhan (2019) tarafından geliştirilen "Sosyal Medyada Gösteriş Tüketimi Eğilimi" ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte, "Tüketim ilginliği", "Kişisel imaj temsiliyeti" ve "Paylaşım memnuniyeti" olmak üzere üç boyut yer almaktadır. Google formlar aracılığıyla hazırlanan anket, Temmuz - Ağustos 2021 tarihleri arasında online bir şekilde öğrencilere uygulanmıştır.

BULGULAR ve YORUM

Araştırma kapsamında elde edilen betimleyici istatistikler Tablo 1'de gösterildiği gibidir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Değişken	Düzey	F	%
Cinsiyet	Kadın	158	55,1 %
	Erkek	129	44,9 %
	Toplam	287	100,0 %
Yaş	18 ve altı	6	2,1 %
	19-25 yaş	251	87,5 %
	26-30 yaş	18	6,3 %
	31yaş ve üstü	12	4,2 %
	Toplam	287	100,0 %
Aylık Gelir	1000 TL ve altı	201	70,0 %
	1001 TL - 2.825 TL arası	54	18,8 %
	2826 TL - 3500 TL arası	13	4,5 %
	3501 TL - 5000 TL arası	9	3,1 %
	5001 TL ve üstü	10	3,5 %
	Toplam	287	100,0 %
Aylık Tüketim Harcaması	1000 TL ve altı	188	65,5 %
	1001 TL - 2.825 TL arası	69	24,0 %
	2826 TL - 3500 TL arası	19	6,6 %
	3501 TL - 5000 TL arası	5	1,7 %
	5001 TL ve üstü	6	2,1 %
	Toplam	287	100,0 %
Kredi Kartı Kullanımı	Evet	139	51,6%
	Hayır	148	48,4%
	Toplam	287	100,0 %
Yaşanılan Yer	Aile yanı	141	49,1 %
	Öğrenci evi	40	13,9 %
	Öğrenci yurdu	87	30,3 %
	Diğer	19	6,6 %
	Toplam	287	100,0 %
Öğrenim Birimi	Enstitü	15	5,2 %
	Meslek Yüksekokulu	52	18,1 %
	Yüksekokul	18	6,3 %
	Fakülte	202	70,4 %
	Toplam	287	100,0 %

Analizden elde edilen sonuçlara göre; katılımcıların %55,1'i kadın %44,9'u erkektir. Katılımcıların üniversite öğrencisi olması sebebiyle %87,5'i 19-25 yaş aralığındadır. Katılımcılardan %70'inin aylık geliri 1000 TL ve altında, % 18,8'inin ise 1001-2825 TL arasında olup, % 65,5'inin aylık tüketim harcaması 1000 TL ve altında iken %24'nün aylık tüketim harcaması 1001 TL-2825 TL arasındadır. Öğrenim görülen üniversite birimlerinden %70,4'lük bir oran ile en çok fakülte öğrencilerine ulaşılmış olup, katılımcıların %18,1'i meslek yüksekokullarında, %5,2'si ise enstitülerde öğrenim görmektedir.

Tablo 2. Sosyal Medyada Gösteriş Tüketimi Eğilimi Ölçeğinin Güvenirlik Analizi Sonuçları

Boyutlar	**Güvenirlik**
Tüketim İlginliği	0,809
Kişisel İmaj Temsiliyeti	0,892
Paylaşım Memnuniyeti	0,880
Sosyal Medyada Gösterişçi Tüketim Ölçeği	0,918

Tablo 2.'de gösterildiği gibi, araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan ölçeğin güvenirlik analizinde Cronbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. Buna göre ölçeğin alt boyutları olan "Tüketim ilginliği" boyutunun güvenirliği 0,809 "Kişisel imaj temsiliyeti" boyutunun güvenirliği 0,892 "Paylaşım memnuniyeti" boyutunun güvenirliği 0,880 "Sosyal Medyada Gösteriş Tüketimi Eğilimi" ölçeğinin güvenirliği ise 0,918 olup oldukça güvenirliğin oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Sosyal Medyada Gösteriş Tüketimi Eğilimi Ölçeğine Ait Normal Dağılım Tablosu

	Tüketim İlginliği	**Kişisel İmaj Temsiliyeti**	**Paylaşım Memnuniyeti**	**Sosyal Medyada Gösteriş Tüketimi Eğilimi Ölçeği**
Basıklık	0,931	0,114	-0,319	0,326
Çarpıklık	0,958	0,762	-0,524	0,483

Nicel bir araştırma için yapılması gereken analizler belirlenirken verilerin dağılımına bakılır. Verilerin normal dağılması durumunda parametrik analizler yapılır. Verilerin dağılımına ilişkin yapılan analiz sonucu Tablo 3'te görüldüğü gibidir. Ölçeğin basıklık ve çarpıklık değerleri incelendiğinde bu değerler -1,5 ile +1,5 arasında olduğundan verilerin normal dağılıma uyduğu belirlenmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Araştırmaya ilişkin hipotezler aşağıdaki gibidir:

H_1: Cinsiyet ile kişisel imaj temsiliyeti arasında anlamlı bir fark vardır.

H_2: Kişisel aylık gelir ile tüketim ilginliği arasında anlamı bir fark vardır.

H_3: Öğrenim görülen üniversite birimi ile paylaşım memnuniyeti arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 4. Cinsiyete Göre T-testi

	Cinsiyet	**N**	**Ortalama**	**SS**	**T**	**Df**	**P**
Kişisel İmaj Temsiliyeti	Kadın	158	10,4	4,23	-1,70	285	0,090
	Erkek	129	11,4	5,46			

Tablo 4'te gösterilen cinsiyet ile kişisel imaj temsiliyeti arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını incelemek üzere yapılan t-testi sonucunda elde edilen p değerine bakıldığında ($p > 0,05$) cinsiyet ile kişisel imaj temsiliyeti arasında anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir. Ancak grup ortalamaları dikkate alındığında erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre sosyal medya paylaşımlarının kişisel imaj temsiliyetini sağladığını düşündüklerini söyleyebiliriz. Dolayısıyla H_1 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 5. Aylık Gelir ve Tüketim İlginliği Arasındaki Farka Ait ANOVA Testi

	Aylık Gelir	N	Ortalama	SS	F	P
Tüketim İlginliği	1000 TL ve altı	201	9,71	3,42	3,12	0,015
	1001 TL - 2.825 TL	54	11,54	4,47		
	2826 TL - 3500 TL	13	12,08	3,77		
	3501 TL - 5000 TL	9	9,22	4,49		
	5001 TL ve üstü	10	9,40	7,37		

Tablo 5'te gösterilen ANOVA testi sonucuna göre p değeri incelendiğinde ($p<0,05$) aylık gelir ile tüketim ilginliği arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Aylık gelire göre yapılan ANOVA testinde verilerin homojen dağılması sebebiyle Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Tukey testi sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Aylık Gelir ve Tüketim İlginliği Arasındaki Farka Ait TUKEY Testi

Aylık Gelir		Ortalama	SE	P
1000 TL ve altı	1001 TL - 2.825 TL	-1.831	0,629	0.032
	2826 TL - 3500 TL	-2.370	1,174	0.259
	3501 TL - 5000 TL	0,484	1,398	0.997
	5001 TL ve üstü	0,606	1,329	0.991
1001 TL - 2.825 TL	2826 TL - 3500 TL	-0,540	1,267	0.993
	3501 TL - 5000 TL	2,315	1,477	0.520
	5001 TL ve üstü	2,437	1,412	0.420
2826 TL - 3500 TL	3501 TL - 5000 TL	2,855	1,779	0.495
	5001 TL ve üstü	2,977	1,725	0.420
3501 TL - 5000 TL	5001 TL ve üstü	0,122	1,885	1.000

Tablo 6 incelendiğinde aylık geliri 1000 TL ve altı olanların tüketim ilginliği ile aylık geliri 1001 TL-2825 TL arası olanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_2 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 7. Öğrenim Görülen Üniversite Birimi İle Paylamış Memnuniyeti Arasındaki Farka Ait ANOVA Testi

	Öğrenim Birimi	N	Ortalama	SS	F	P
Paylaşım Memnuniyeti	Enstitü	15	13,1	5,41	1,70	0,167
	Meslek Yüksekokulu	52	13,8	3,82		
	Yüksekokul	18	14,5	4,68		
	Fakülte	202	12,7	4,24		

Tablo 7'de gösterilen ANOVA testinde p değeri incelendiğinde ($p<0,05$) öğrencilerin öğrenim gördüğü üniversite birimi ile sosyal medyadaki paylaşımlarına yönelik paylaşım memnuniyetleri arasında anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle H_3 hipotezi reddedilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmada sosyal medyada gösterişçi tüketim tarzı incelenmiştir. Araştırma kapsamında üniversite öğrencilerinden oluşan katılımcılara, oluşturulan anket formu aracılığıyla sosyal medya kullanımlarına ilişkin sorular yöneltilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre katılımcıların % 43,6'sı gün içerisinde 3-4 saatini % 7,3'ü ise 7 saatten daha fazlasını sosyal medya kullanarak harcamaktadır. Katılımcılara yönlendirilen "Sosyal medyadaki paylaşımlarınız ile ön plana çıkardığınız tüketim nesneleri ile çevrenizdeki insanlara karşı oluşturmak istediğiniz izlenim nedir?" sorusuna katılımcıların % 48,4'ü "saygınlık kazanmak" cevabını vermişlerdir. Bu sonuçtan yola çıkarak sosyal medyanın bireylerin tüketimlerini gösterişçi bir tarz ile sergileyerek saygınlık kazanmayı hedefledikleri bir mecra olduğunu söyleyebiliriz. Katılımcıların en çok kullandığı sosyal medya uygulaması % 91,6 oranı ile Instagram uygulaması olup, % 86,8'i sosyal medyayı güncel olayları takip etmek için kullandığını belirtmiştir. Katılımcıların %56,4'ü "Maddi durumları kötü olduğu zamanlarda sırf sosyal medyada paylaşabilmek için tüketim gerçekleştiririm" sorusuna katılmadıklarını belirtmişlerdir. Gerçek hayatta gösteriş amaçlı yapılan

tüketimin sosyal medyadaki paylaşımlarını kesinlikle etkilemediğini belirten katılımcıların oranı % 37,3 iken, sosyal medya paylaşımları aracılığı ile kendisini daha üst bir ekonomik sınıfta hisseden katılımcıların oranı %12,2' dir. "Sosyal medyada sahip olduğum şeyleri ve katıldığım etkinlikleri paylaştığımda ilgili paylaşıma yapılan yorum ve beğeniler benim için önemlidir" ifadesine katılımcıların % 38,3'ü "katılıyorum" cevabını vermiştir.

Sosyal medya günümüzde geleneksel medyadan daha çok ön plana çıkmıştır. Bunun temel nedeni sosyal medyanın çift yönlü bir iletişim sağlamasıdır. Sosyal medyada yapılan paylaşımların hedef kitlesinin ilgili paylaşımlara anında geribildirim yapabilmesi, sosyal medyayı düğünden cenazeye, satın alınan arabadan gidilen otellere kadar pek çok mekân ve faaliyetin teşhir edildiği bir mecraya dönüştürmüştür. Bireyler artık sosyal medyada teşhir etmek için tüketim faaliyeti gerçekleştirir hale gelmiştir. Bireylerin gösterişçi tüketim çılgınlığı küresel boyutta ele alındığında, ciddi bir aşırı tüketim tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktayız. Ekosistemdeki bozulmaların en önemli nedenlerinden birinin aşırı tüketim olduğunu düşündüğümüzde, bireylerde ihtiyaçtan daha fazlasını tüketmeye teşvik eden sosyal medyanın verimli ve bilinçli kullanımına ilişkin önlemlerin alınması gerekmektedir. Sosyal medya büyüsüne kolaylıkla kapılabilen çocukların ve genç kesimin tüketim tarzının gösterişçi tüketimden gönüllü sadelik tüketime yönlendirilmesine yönelik atılacak adımlar dünyanın geleceğine yönelik umutları artıracaktır.

KAYNAKÇA

Acar, Ali (2000). "Gösteriş Tüketimi", *Standart Ekonomi ve Teknik Dergisi, 39(457),*38-50.

Altunışık, R., Özdemir, Ş. &Torlak, Ö. (2014). *Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi.* (1. Baskı). Beta Yayınları.

Aydoğan, F. (2009). Tüketim kültürünün gölgesinde kentler, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 27(2),* 203-215.

Aytekin, P. & Ay, C. (2015). Hedonik tüketim ve anlık satın alma ilişkisi, *Niğde Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(1),* 141-156.

Babaoğul, M. & Buğday, E. B. (2012). *Tüketici Yazıları- III* (Edt: Müberra Babaoğul, Arzu Şener, Buğday, Esna Betül). H. Ü. TÜPADEM.

Berl, R. L., Williamson, N. C. & Powell T. (1984). Industrial Salesforce Motivation: A Critique and Test of Maslow's Hierarchy of Need, *Journal of Personal Selling and Sales Management, 4(1),* 32-39.

Bögenhold, D. & Naz, F. (2018). *Consumption and Life-styles: A Short Introduction*. (1st ed.). Springer International.

Coşgun, M. (2012). Popüler kültür ve tüketim toplumu, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 1(1),* 837-850.

Çınar, R., & Çubukçu, İ. (2009). Tüketim toplumunun şekillenmesi ve tüketici davranışları-Karşılaştırmalı bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13*(1), 277-300.

Dal, N. E. (2017). Tüketim toplumu ve tüketim toplumuna yöneltilen eleştiriler üzerine bir tartışma, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(19),* 1-21.

Demirel, S., & Yegen, C. (2015). Tüketim, postmodernizim ve kapitalizm örgüsü, *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi, 2(1),* 115-138.

Erciş, A., Kotan, G. & Türk, B. (2016). Ölüm kaygısının tüketici tutumları üzerindeki etkileri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2016/1(23),* 107-134.

Ercoşkun, M. H. (2005). Öğretimde psikolojik ihtiyaçların yeri ve önemi, *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, 11,* 353-370.

Erickson, G. M. (1973). Maslow's basic needs theory and decision theory, *Behavioral Science Journal of the Society for General Systems Research, 18(3),* 210-211. https://doi.org/10.1002/bs.3830180308

Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism (Published in Association with Theory, Culture&Society*. (Second Edition). Sage Publications.

Fraenkel, J. R., Wallen, N. & Hyun, H. H. (2012). How to designande valuate research in education (8th edition). McGrawHill.

Göcen, G. (2013). İbn Haldun'un toplum ve insan yaklaşımının günümüze düşen izdüşümleri: tüketim toplumu ve narsist insan, *Toplum Bilimleri Dergisi, (14),* 175-198.

Harvey, D. (2017). *Marx, Capital, and the Madness of Economic Reason*. Oxford University Press.

İlhan, T.T. & Uğurhan, Y. Z. C. (2019). Sosyal medyada gösteriş tüketimi eğilimi ölçeği geliştirme çalışması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 7(1),* 28-60.

Karasar, N. (2010): *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayınları.

Kırboğa, Z. (2019). Sembolik tüketim ve moda, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,36,* 383-396.

Kula, S. & Çakar, B. (2015). Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi bağlamında toplumda bireylerin güvenlik algısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişki, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 6(12),* 191-210.

Liu, H., Wu, L. & Li, X. R. (2018). Social media envy: How experience sharing on social networking sites drives millennials' aspirational tourism consumption, *Journal of Travel Research, 1-15*.

Macarthy, A. (2017). 500 social media marketing tips: essential advice, hints and strategy for business: facebook, twitter, ınstagran, pinterest, linkedın, youtube, snapchat and more. E-Book. https://book4you.org/book/3315943/ce4465, Erişim tarihi: 06.08.2021.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation, *Classics in the History of Psychology, 50,*370-396.

Mora, N. (2008). Medya ve kültürel kimlik, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 5(1),* 1-14.

O'Cass, A. & McEwen, H. (2004). Exploring consumer status and conspicuous consumption. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review, 4(1),* 25-39.

Odabaşı, Y. & Barış, G. (2018). *Tüketici Davranışı.* (18. Baskı). Mediacat Kitapları.

Pekcan, A. (2003). 'İhtiyaç' kavramı ve İbn Haldun'un 'Umran Teorisi'ne etkileri, *İslâmi Araştırmalar Dergisi, 16(4),* 524-532.

Phau, I. (2019). Chapter 6- "Domestic Made or "Foreign- Made" Luxury Brands: A Comparative Investigation Between Status-and Non- status-Seeking Teenagers. Tsan-Ming, Cho (Ed.), *Fashion Brading and Consumer Behaviors: Scientific Models*. Springer- Verlag.

Sakarya, A., Alkan, A. & Dörtyol, İ. T.(2020). Tüketim sosyolojisinin dünü, bugünü ve yarını, *Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar, 4(1),* 1-12.

Schivinski, B. & Dabrowski, D. (2014). the effect of social media communication on consumer perceptions of brands, *Journal Of Marketing Communications, 01,* 1-26.

Seyfi, M., Çerçi, M. (2017). Üniversite öğrencilerinde dinin etkisi ile tüketici karar verme tarzları arasındaki ilişki, *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(2),* 185-200.

Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being-Global Edition*.(Twelfth Edition). Pearson Education.

Storey, J. (2017). *Theories of Consumption*. (First Edition) Rotledge,.

Tabachnick, B. G. & Fidell, L.S. (2013). Using Multivariate Statistics. (sixth ed.) Pearson.

Torlak, Ö. (2016). *Tüketim: Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü*. (2.Baskı). İnkılab Basım Yayım.

Tunç, M. (2017). Diyarbakır'da gösterişçi tüketim davranış kalıpları ve eğilimleri, *Şarkiyat, 9(1),* 412-432.

Veblen, T. (2006). *Conspicuous Consumption: Unproduction Consumption of Goods is Honourable*. Penguin Books.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

MÜLTECİLERİN AİLE KURUMUNA YÜKLEDİKLERİ ANLAMLAR: BİR META ANALİZ

Mehmet Fatih GÜLOĞLU[49]

Öz

Suriye iç savaşı ile akademik alanda daha da fazla ilgili duyulan mültecilik, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra yaşanan en önemli insani trajedilerinden biri olarak karşımıza çıkmıştır. Mültecilik her ne kadar BM'de geniş bir şekilde tanımlanmış olsa da 'zorla vatanından çıkartılmış olmak' şeklinde kısaca tanımlanabilir. Dolayısıyla vatansızlık, mekan algısının yitimi ve bununla birlikte mekan-insan ilişkisi bağlamında oluşturulmuş olan kurumsallaşma tecrübesi deformasyona uğramıştır. Tarihi hafızanın ve bu anlamda kurumları kaybı yaşamda dünyasında sürdürülen etkileşimlerini 'belirsizlik' ile karşılaşmasına ve bireyin herhangi bir davranış karşısında başvurulacak bilgi stoklarının yetersizleşmesiyle sonuçlanmıştır. Çünkü insanın sahip olduğu artık alışkanlıklar mülteci konumuna düşme ile yıkılmıştır. Başka bir deyişle mülteci olmak kurumsuzlaşma anlamına gelir. Mültecilerin kendi ülkelerinde sahip oldukları kurumlar geldikleri yerlerde onlar için herhangi bir işlev gösterememektedir. Bu nedenle yeni-kurumsallaşma süreçlerine girişmek zorundadırlar. Mülteciler kurumsuzlaşma süreçlerini aşmak için ellerinde kalan tek kurum olaran -ki bu da çok parçalı bir hal almıştır- aile kurumuna tutunmaya çalışmaktadırlar. Yeni yaşamlarında ailelerini merkeze alarak yeni-alışkanlıklar ya da pratikler edinmeye gayret etmektedirler. Çalışmada mültecilerin geldikleri yerlerde ailelerini bir arada tutma, dayanışma ve geldikleri yere uyum sağlama açısından merkeze alan bir yaşam tarzı geliştirdikleri öne sürülmüştür. Bu iddia yapılmış olan çalışmaların verileri kullanılmıştır. Bu meta veriler fenomenolojik olarak yeniden yorumlanmıştır. Yapılan çalışmada mültecilerin aile olmaya çok fazla önem atfettikleri, aile olarak vardıkları yerlerde bir arada yaşamlarını sürdürebileceklerine inandıkları ve yeni yaşamın zorluklarına gögüs germek için ailenin kolaylaştırıcı bir işlev gördüğü ifade edilmiştir. Kısaca mültecileri için yeniden kurumsallaşma süreci aile kurumu üzerinden inşa edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mülteci, Aile kurumu, Kurumsuzlaşma, Yeniden kurumlaşma.

MÜLTECİLERİN AİLE KURUMUNA YÜKLEDİKLERİ ANLAMLAR: BİR META ANALİZ

Giriş

[49] Dr. Öğr. Üyesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, fatihguloglu@kilis.edu.tr, Orcid: 0000-0001-9136-4683

Arap baharının Arap coğrafyasında uyandırdığı demokratikleşme beklentileri Suriye'nin devlet başkanı Besar Esad'ın 2008 sonrasında demokratik açılımlar yapmasını sağlamıştır. Ancak süreç ilerledikçe demokratik taleplerin kendi iktidarını sarsılacağını ve despotik uygulamaların halkı tarafından hoş karşılanmaması gün yüzüne çıkmıştır. 2011 yılına doğru gelindiğinde Suriye Halkı baskıcı yönetime sivil bir direniş başlatmıştır. Ancak Esed, 2011 Şubat ayında Dara ve Suriyenin diğer şehirlerinde sivil direnişleri katliamlar ile bastırma yolunu tercih etmiştir. Bu şiddet yönelimi Suriye'nin fiili olarak bölünmesine, yabancı güçlerin ülkeyi istila etmesine ve yaklaşık 600 bin insanın öldürüldüğü ve 7 milyon yerinden mültecinin oluştuğu bir trajedi ile karşılaşmamıza yol açtı. Özellikle göç hikayeleri dinlendiğinde ya da bu yaşam öykülerini okuduğumuzda bu trajedinin ne kadar büyük olduğunu kayıpların ölçülemez boyutlarını gözler önüne sermektedir. Örneğin, hikayelerden birinde 'kesilmiş çocuk kellesi' ile zorla maç yaptırtılan küçük bir çocuk üzerinden 7 yıl geçmesine rağmen halan tuveletini kendi başına yapamamaktadır. Ya da evinin üzerine füze düşüp 2 metre uçarak duvara yapışan kadının iki kızı hariç tüm ailesini kaybedişi bu trajedinin farklı bir örneğidir.

Yaşan bu acı dolu olaylar Suriyelileri biraz daha anlamamız açısından önem arz etmektedir. Yapılmış olan çalışmalarda özellikle mülteci olarak gelenlerin (yani zorla yerinden edilmiş kişilerin) vatanlarını bile isteye terk etmedikleri aksine yaşama şanslarının kalmaması nedeniyle zorla göç ettikleri çok açıktır. Bu bildiride ise bu zorla yerinden edilmiş kişilerin 'aileye' yüklemiş oldukları anlamlar tartışmaya açılmıştır. Sunumumda Suriyeli mültecilerin aile kurumunu nasıl gördükleri, ailenin onlar için nasıl bir öneme sahip olduğu açılmaya çalışılmıştır. Böylece Suriyelilere dönük yaklaşımımızda aile kurumu aracılığıyla entegrasyon süreçlerine eğilmemiz politik olarak çeşitli faydaları olabileceği dile getirilebilecektir.

Çalışmanın Temel Problemi

Sunumumda Suriyelerilerin yaşadıkları iç savaş neticesinde sahip oldukları kurumların çoğunu kaybettikleri ve yeniden kurumsallaşma sürecine girdikleri varsayılmıştır. Ancak iç savaş ve zorunlu göç neticesinde sahip oldukları kurumlar ve kurumsallığa dönük yaşantılarını yitirdikleri bir gerçektir. Bu anlamda mültecileri 'kurumdan-arınma' (de-institutualization) süreci yaşadıkları söylenebilir. Ancak bu süreç böyle olmuş olsa ve bilgi stokları eksilmiş olsa da ellerinde nispeten yeniden kurumsallaşma için referans noktası olarak alabilecekleri bir kurum bulunmaktadır: aile.

Bu bildiri de mültecilerin yeniden kurumsallaşmalarının mimarının aile kurumu olduğu temel kabulümdür. Başka bir deyişle suriyeli mülteciler yeniden kurumsallaşma süreçlerini aile kurumu aracılığıyla gerçekleştirmektedirler. Sunum bu argümandan hareketle; "Suriyeli mülteciler aile kurumuna nasıl bir anlam yüklemektedirler?" sorusuna cevap

vermeye çalışmıştır. Böylece yeniden kurumsallaşma sürecinde aile kurumunun merkeziliği açık bir şekilde ortaya konabilir.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışma nitel bir desene sahiptir. Suriyeli mülteciler ile yapılmış nitel araştırmaların saha verileri kullanılarak bir meta analiz denemesi yapılmaya çalışılmıştır. Genel olarak meta analizin istatistiksel araştırmalarda ve büyük verilerde kullanıldığı bilinmektedir. Ancak nitel bir araştırmada da bunun yapılacağına inanmaktayım. Sonuçta bir metne girmiş katılımcı görüşü belli bir yorumun göstergesi olarak ele alınmıştır. Bu sunumda katılımcıların işaret ettikleri bu belli görüşlerden 'aile' kavramına yönelik vurguları tekrar yorumlanmıştır. Bu çalışmalardan alınan veriler içerik analizi ile analiz edilerek Suriyeli mültecilerin aile kavramına yönelik anlam dünyaları yorumlanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Gündelik yaşam dünyamız biz henüz ona dahil olmadan önce de vardı ve bu nedenle bizler yorumlanmış bir gündelik yaşam dünyasının içerisine doğduk. İçine doğduğumuz dünya kurumsal ağını kurmuş ve her bir üyesinin yaşamını idam ettirebilmesi için yeterli bilgi stoğunu kendisinde barındırmaktadır. Her bir üyesi el altında kullanıma hazır bir biçimde bu topluluk içerisinde bu bilgi stoklarına başvurarak günlük ilişkilerini yürütür. Dolayısıyla allışageldiğimiz yaşam dünyamız bir bütünselliğe başka bir deyişle her an başvurulabilecek 'başvuru şemaları'na sahiptir. Bu ise günlük yaşamı kolaylaştırma amacına sahip kurumların sorunsuz işlemesini sağlar. Ancak bu alışageldik yaşam dünyamız sarsılduığında ya da onu elimizden kaybettiğimizde tüm bu kolaylaştırıcı 'başvuru şemaları'mız, bilgi stoklarımız işlevsiz hatta anlamsız hale gelir.

Mültecilik, bilgi stoklarının yetersizleşmesi olarak tanımlanabilir. Varılan yerin, yeni yaşam dünyasının kendi başvuru şemaları vardır ve mülteci bir sınır ihlaliyle bu yaşam dünyasına zorla dahil olur. Bu onun yaşamını kolaylaştıran her türlü kurumsal ilişkilerden kopmuş olduğunun göstergesidir. Eğitim, sağlık, boş zaman aktiviteleri, din, ekonomik, aile gibi temel kurumlar çökmüş durumdadır. Ancak üyeleri arasında dayanışma hissi üreten ve günün koşullarına eklemlenebilme becerisine sahip olan aile, mültecilerin yeniden kurumsallaşma süreçlerinin temel destekçisi olduğu açıktır. Nitekim yapılmış nitel saha çalışmalarına karşımıza çıkan ana temalardan birinin 'kayıp' teması olduğu açıktır. Bu kişiler için mal mülkten ziyade aile üyelerinden en az birinin kaybı hem göç için temel gerekçe olmakta hem de diğer üyelerin kaybı korkusunu üretmektedir.

Suriyeli mültecilerin Amerika'ya yeniden yerleşme süreçlerini inceleyen Farkas'ın (2018) çalışmasında göç etmenin ana gerekçesi aile üyelerinden birinin kaybı olduğu açıkça görülmektedir.

“Humus'tan Şam'a neden taşınmaları gerektiğini kendi sözleriyle açıklamaları istendiğinde, Layal, "Öncelikle Humus'tan ayrıldık çünkü babam öldü" dedi. Aynı soru sorulduğunda Tarek, “Babam öldüğü için Suriye'den ayrılıyoruz. Bu ilk sebep." Tarek, yas tutmak için fazla zaman olmadığını da sözlerine ekledi: “Başka her şey olduğu için gerçekten üzgün hissedemedim… çok fazla şey oluyor.” Layal ve Tarek, babalarının ölümüyle birlikte evlerinin de öldüğünün farkındaydı.” (Farkas, 2018: 54).

Aile üyelerinden biri olan ve Orta Doğu coğrafyası açısından önemli rolleri bulunan babanın savaş nedeniyle kaybı evin canlı olan niteliğini de ortadan kaldırmaktadır. Babalarının ölümü ile evlerinin ölümü eş tutulmaktadırlar. Bu olumsuz yaşantı dünya genelinde yaşayan çoğu mültecinin deneyimlerinde yoğun olarak yer almaktadır. Iraklı bir mülteci de benzer olayları deneyimlemiştir.

“Son 40 yıldır ülkemde çok fazla sorun vardı ve bu bize benim hayatımın, ailemin hayatının ve çocuklarımın geleceğinin her zaman tehlikede olacağı izlenimini verdi. … Irak'tayken çocuklarım … alışverişe ya da arkadaşlarını görmeye gittiklerinde bu beni çok endişelendirdi. Çünkü yanlarında bir arabanın patlayıp patlamayacağını bilemezdiniz. Ve bu beni endişelendirdi. Ve bu çok kez oldu. Onlar patlayan bombalamalara çok yakındılar” (Iraklı bir mülteci) (Silverman, 2015: 135).

Bu hikayeler aynı şekilde Kenya’daki mülteci kamplarınya yaşayanların da hikayelerinde yer almaktadır. Örneğin anlamı Kenya dilinde ‘hiçbir yer’ olan Kakuma mülteci kampına ulaşmış olmak - ailenin birçok üyesini kaybetmiş olmak demektir ve aynı zamanda özellikle kadınlar için tecavüze maruz kalmaktır (Vallelly, 2019). Mültecilerin hayatta kalma hikayelerinde temel ortak öğenin başında aile üyelerinden birini kaybetmiş olmak gelmektedir.

Aile üyelerinden birinin kaybı göç kararının alınmasının temel belirleyici etkeni olmaktadır.

“Buraya gelmeyi hiç düşünmedik ama uçaktan evime bomba geldi, her şey gitti hiçbir şey kalmadı, düz oldu, orada durum çok bozuk, ne iş var ne para var ne yani evim var. Evim patladı hiçbir şey kalmadı. Nereye gideceksin orada oturamam ev lazım eşya lazım durum yok her şey bitti gitti. O zaman kaldım bir ay, belki bir çare bulurum diye. Bu sürede en büyük olan çocuğum sinir krizi geçirdi, uçağın onu öldürmek için geldiğini anladı. Biraz zaman sonra uçaktan 1 saat içinde 11 bomba geldi, o zaman çocuğum yani odun nasıl odun gibi oldu. O zaman buraya gelmeye karar aldım.” (Ömer,36) (Zor, 2021:93).

Göç etme kararı ancak ölümle burun buruna gelme durumunda alınmaktadır. Ancak bazen yerleşik halk neden savaşmadınız diye mültecilere soru sorarak onları savaş kaçakları olarak değerlendirmeye çalışmaktadırlar. Ancak mülteciler bu algının büttünüyle yanlış olduğunun altını çizmektedirler.

Mesela sen Suriye'ye gitsen kimle savaşacan. İşid de var, muhalif de var, Kürtler var, Esed var, Rusya var, İran var kimle savaşacan. Hepsi Allahuekber diyor hepsi Müslüman. Kimi öldüreceksin. (…) Bilmiyorum çoğu Türk'ü seviyorum ben ama çoğu da bilmiyor. Sen nasıl geldin buraya vatanı nasıl sattın. Savaşı bilmiyorlar yani. Savaş çok zor abi. Mesela yolda yürüyosun adam öldürmüşler, kafa kesmişler, eli burada. Zor zor. Çocuklar da hep ölmüşler. Mesela yolda yürüyosun bir çocuk var kafası yok… Sonra bir ay kokuyor. Çünkü çok var. Suriye'de adamı öldürüp bir bardak su içiyorlar. Ama buradakiler bunu anlamıyor." (Hayyan, 21, Sığınmacı, 27.03.2019) (Arıcan, 2009:64).

Görüldüğü gibi göç süreci ailenin zarar görmesi ile eş anlı olarak alınan bir karar ve bu karar zorunlu olarak alınmıştır. Bunun arka planında ailelerin Suriye topraklarında önemli bir unsur sergilemesidir. Ailenin öneminin farkında olan Suriyeliler ailenin vermiş olduğu dayanışmanın farkındadırlar. Nitekim göçün ilk yıllarında hepimizin şahitlik ettiği küçücük bir odacıkta birkaç ailenin birlikte kalması bunun bir örneğidir.

Halep'ten geldik biz. Çok kalabalık bir aileyiz. Evimizde böyle çok büyüktü, iç içe geçen bir sürü ev vardı. Gelinlerim torunlarım üç tane oğlum bide başka akrabalarımız hepimiz aynı yerdeydik. Elbise böyle kıyafet dükkânımız vardı birkaç tane. Üç tane oğlum bakıyordu oraya. Ben çalışmıyorum, çünkü yaşlılık görüyorsun, bide hastayım. Şimdi geriye hiçbir şey kalmadı. (Fotoğrafı göstererek) bu evimizin önü işte hepsi bombalarla yok oldu. Çok güzeldi bizim her şey ailemiz çok mutluyduk. (Ağlıyor). Bir gün uçaktan bir bomba attılar ve evimiz bu hale geldi. Çok özlüyoruz ama yapacak bir şey yok. Abimin oğlu orada öldü, yaşlılarımız öldü. Biz buraya ölmemek için geldik. Çünkü orada kalınca kiminle savaşacağımız bilmiyoruz. Zaten ben elime hiç silah almadım hiç silah tutmadım bile. (İbrahim, 60, çalışmıyor) (Sargın, 2018: 60).

Aile, Suriyelilerin hayatının en anlamlı konumunu ihtiva etmektedir. Bu konuda aile bağları Türk toplumunda yaşanan çözülme ile kıyaslandığında oldukça güçlü olduğu açıktır.

"Suriye'deki hayatım çok güzeldi. Güzel bir hayattı." Hayatını güzelleştiren şeyin ne olduğu sorulduğunda Adnan, "Ailem ve kuzenlerim, mahallem, alıştığım şeyler. Artık bunların hiçbirine sahip değilim" (Farkas, 2018: 56).

Aile olarak birlikte ve ilişkilerini güçlü şekilde sürdürürken iç savaşla birlikte bir dağılma süreci geçirdikleri de bir gerçektir.

"Kendim için bile çok zordu çünkü XXXXX'te (şehir) büyük bir ailem var ve aileleriyle birlikte dört erkek kardeşim ve aileleriyle birlikte yedi kız kardeşim var. Ve çok yakın bir ilişkimiz var ve vedalaştığımız an hepimiz için çok zordu. En zoru ise anneme veda etmek için son dakikaya, sona sakladım" (Silverman, 2015: 146).

Birçok Suriyeli'nin ailesinin üyeleri her biri farklı coğrafyalara dağılmıştır. Parrish (2018) mülteciler ile derinlemesine görüşme yaptığı fenomenolojik çalışmasında katılımcılarından 6 ailenin üyelerinin her birinin farklı bir ülkede olduğunu belirtmiştir. Ancak birgün birleşeceklerine inandıklarını da bulgulamıştır.

"Altı aile de aileleriyle hala temas halinde olduklarını ve ailelerin yeniden birleşmesi için umutlarının olduğunu belirtti" (Parrish, 2018:74).

"Biz bir aile olarak birlikte değiliz. Hep birlikte iyi bir ailemiz vardı. Annemle, ağabeyimle ve büyükannemle yaşıyorum ve daha önce güzel bir hayatımız vardı. Ama şimdi öyle değil. Çünkü annemi arıyorum ve o sürekli ağlıyor. Hepimiz birlikte değiliz ve babam öldü. Ailemden ayrı olmak çok zor. Ülkemden ayrı olmak çok zor. Günlük işler zor. Sadece normal şeyler. Babam bizim için çok önemliydi" (Parrish, 2018:77).

Aile kurumu mülteciler için oldukça önemli olduğu ve bununla birlikte geldikleri yeni coğrafyada tutunabilecekleri en büyük desteği de burada aradıkları açıktır. Başka bir deyişle bu anlatılar mültecilerin tutunabilecekleri dalın sadece ailelerinin kaldığı göz önüne sermektedir. Ancak şurası da bir gerçek ki aile kurumu da geldikleri yerlerde dönüşüme uğramaktadırlar. Üstelik bu hikaye Irak'ta yaşanan süreçte de söz konusudur. Bu da onların kayıplarının acısını katmerleştirmektedir.

Burada ailemiz yok, kimse yok. Bir nevi kendimizi yalnız hissediyoruz…Yalnızlık hüzündür çünkü dış dünyadan tecrit edilmişsin…Irak'ta ailemizi ziyaret ederdik, annemi veya onun annesini veya kız kardeşlerimi, arkadaşlarımı, akrabalarımı görmeye giderdik. Her zaman insanlarla birlikteydik. Burada bir ailemiz yok, bu sadece aramızda. Ayrıca çok fazla insanla arkadaş olmayız, bu yüzden çoğu zaman kendi başımızayız. (Silverman, 2015: 152).

Mültecilerin geldikleri yerlerde yalnızlık yaşamaları onların cemaatleşme eğilimlerini ve özelde de çekirdek aileye tutunmaları ile sonuçlanmaktadır. Böylece azaltılmış/daraltılmış ailede merkezi konumu üstlenen bir figür ön plana çıkmaktadır.

"Mesela hastaneye gidiyoruz tercüman yok. Resmi bir yere gidince de tercüman yok. Mesela bizim aile ben yoksam çok sıkıntı. Ben tercümanlık yapıyorum o yüzden bizim ailede çok sıkıntı yaşamıyoruz. Ama tercümanı olmayan aileleri düşün." (Malik, 46, Sığınmacı, 18.11.2018)) (Arıcan, 2009:67).

Aileye tutunma ve aile üyeleri üzerinden yeni yaşam dünyasına uyum sağlama süreci Suriyeli mülteciler arasında sıklıkla başvurulmaktadır. Çavuşoğlu (2020) yapmış olduğu çalışmada mültecilerin aile dayanışması onların savaşın ve göçün getirdiği olumsuzluklarla başetme için psikolojik dayanıklılık sağlamaktadır.

Babam dedi artık oturmayalım evde siz çıkın önümüzden. Türkiye'ye gidip bir şey ayarlayın, bir ev tutun, bir şey yapın. Ondan sonra biz sizin arkanızdan geliriz. Baba ben gelmek istemiyorum, çok tartışma oldu, en son tamam baba dediğin gibi olsun dedim… Girebildim Türkiye'ye, tabii çok zordu… Şimdi benim ailem herkese bir devlet içinde oldu, şuan mesela benim dayım Norveç'te Onun çocukları Almanya'da, herkes bir şehirde. Benim teyzem Kuveyt'te, diğer mesela teyzem Mısır da, diğeri Ürdün'de, herkes bir devlette. Şu an herkes dağıldı yani çok çok zor artık (Fatih). (Çavuşoglu, 2020: 48).

Ailenin devamlılığına ve dayanışmayı üreten niteliğine ek olarak örneğin aile eğitim kurumuna üyelerinin bağlılığını da üretmektedir. Başka bir deyişle aile bağları sayesinde mülteciler eğitimlerini sürdürme yönünde bir destek görmektedirler.

"Adnan ve Nizar, ailelerinde özellikle suçluluk duygusuna dikkat çekti. Adnan dedi ki: Annemle babam çok tartışıyorlar. Bu genellikle para ve borçlu olduğumuz şeylerle ilgilidir. Sanırım bu ülkede çalışacak yaştayım, değil mi? Küçük bir iş olsa bile. Ama annem babam çalışmamdan korkuyor sanırım. Sanırım notlarım gibi derslerimin önüne geçmesini istemiyorlar. Onlara yardım etmek istediğim için üzülüyorum. Çalışmak ve aileme yardım etmek için para kazanmak istiyorum. Belki bu kadar kızgın ya da üzgün olmazlardı. Ama henüz çalışmamı istemiyorlar. (Farkas, 2018: 62).

"Amacım okulumu bitirip işe başlayayım diyorum çünkü ben hala mesela elimden ne gelirse yine yaparım okulum için… Önce okulum sonra ailem öyle diyorum şu an çünkü onların maaşı çok az. Babamın maaşı ve abimin maaşı ile birlikte yaşıyoruz. Onlara diyorum ki şu an hiç çalışmam. Eğer borç alırsam okuluma devam edeceğim öyle diyorum onlara (Mehmet). (Çavuşoğlu, 2020: 55).

"Ben en çok etkilendiğim için okulumu bıraktığım için, ona dönmek için her şeyi yaptım, ama o günlerde mesela bizim durumumuz iyi değil, ailemden uzağım, sadece abimle ben çalışıyordum. Ailem geldikten sonra babam çalışmaya başladı, sonra ben biraz miktar para biriktirdim babama dedim ki artık size bir şey vermeyeceğim. Ben sadece okula dönmek istiyorum. Yani hala beni güçlü tutan şey okulumdu öyle diyebilirim… (Mehmet).). Çavuşoğlu, 2020: 52).

Mehmet'in hikayesini dinleyince gördüğümüz şey aile bir araya geldiğinde eğitim alması gerekenlerin hızlıca tespit edilip gereğinin yapılmasını sağlamaktadırlar. Ayrıca bir eğitim alma umudu ancak ailenin varlığı ve dayanışması sayesinde gerçekleşmektedir.

Ailem, bir de üniversite. Üniversiteye yatay geçişle geldim. Üniversiteye gittikten sonra hayatım değişti… En çok üniversitede destek verdi eşim bana. Üniversite iki seneydi ve çok zordu yani benim için. Türkçem çok azdı. Arkadaşlarım yoktu bazen çok yalnız hissediyordum kendimi. Kızımı da kreşe bıraktım. O da zordu yani her taraftan zordu. O da çok destek oldu. O olmadan yapamazdım ben (Elif).). Çavuşoğlu, 2020: 55).

Aile aynı zamanda aile üyelerinin ekonomik zorluklarla baş etmelerinin yanı sıra psikolojik destek sağlama konusunda da önemli bir rol oynamaktadır. Elif'in hikayesi bize ailenin manevi desteği sayesinde eğitim almayı nasıl başardığını göstermektedir.

Abdülmelik sınıf birincisi oldu bu sene kendi sınıfında öğretmeni hediye verdi, resim çektik. Bizim hanımdan daha iyi Türkçe konuşuyor. O hep evde ya bilmiyor daha. Rimes da öğrendi Türkçeyi şimdi 2 ye geçmesi gerekiyordu ama onu geçirmediler diğer çocuklar bilmiyorlar Türkçeyi, hocası bir şey sorunca Rimes arkadaşlarına söylüyor. İyi öğrendi. Rinad anasınıfında öğreniyor. Bizim çocuklar çok iyi hemen öğrendiler de şimdi Arapçayı unutuyorlar ama. Yazın kursa gidecekler unutmasınlar diye. Bütün arkadaşlarıyla çok iyiler. Rimesi'n bir sürü arkadaşı var okulda hepsi de çok seviyor ama dışarı çıkarmam ben onları. Bir sürü haber oluyor çocukları hiç dışarı çıkarmadık belli olmaz ne olacağı. Evde oynuyorlar bunların hepsi. (Muhammed, 32, Fırıncı) (Sargın 2018: 65).

Aile görüldüğü aynı zamanda küçük çocukların entegrasyon yaşamasında da önemli bir işlev görmektedir. Bunun yanı sıra kendi ana dillerini unutmamaları için de aile gelinilen kültürle bağı sürdürme konusunda önemli bir basamak teşkil etmektedir.

"Hayat burada daha iyi ama bana iyi gelmedi çünkü söylediğim gibi iş, iş bulursam burada hayat tabi daha iyi yani demokrasi, teknoloji falan her şey var, burada iyi bir iş bulursam yani bana göre hayat burada daha iyi. Yani çocuklar ve aileme göre burada daha iyi. Suriye'de savaş olmadan önce eğitim iyi değildi, hiç iyi değildi. Burada eğitim çok iyi. Yani ben burada çocukların eğitimi için kalıyorum."(Ömer, 36) Zor, 2021: 124

Sonuç

Mülteciler iç savaş nedeniyle tüm kurumsal yapılaşmalarını kaybetmiş 'çıplak' olarak Türkiye'de yaşamaya çalışmaktadırlar. Her ne kadar çıplak olsalar da mülteciler yeniden kurumsallaşma süreçlerini Türkiye'de deneyimlemektedirler. Mültecilerin yeniden kurumsallaşma süreçleri aile kurumu üzerinden ve aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Türkiye'de yaşadıkları yeni hayata uyumları onları aile kurumuna olan bağlılıkları aracılığıyla olduğu açıktır.

Eğitim alma sürecini yönetme ve aynı zamanda ekonomik ihtiyaçlarını karşılama aile kurumu aracılığıyla gerçekleştiği görülmektedir. Bu bağlamda aile, diğer kurumsallaşmaların yeniden inşası için dayanışma ve aile üyeleri arasında yardımlaşmayı sağlamaktadır. Böylelikle aile üyeleri yeniden kurumsallaşma süreçlerini olabildiğince gerçekleştirmektedirler. Bu nedenle mültecilerin yeniden kurumsallaşma süreçleri incelenirken aile merkezli bir bakış açısının önem taşıdığı söylenebilir. Daha sonraki çalışmalarda ise yeniden kurumsallaşma süreci ve aile ilişkisi tek tek kurumlar bağlamında nasıl gerçekleştiğine bakılabilir.

Kaynakça

Arıcan, Ercan (2019). Gündelik Hayat Bağlamında Suriyeli Sığınmacıları Şeytanlaştırma Pratikleri: Önder Mahallesi Örneği Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Kültürel Çalışmalar Ve Medya Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Çavuşoğlu, Cemal (2020). Suriyeli Mültecilerde Hayatta Anlam Fenomeninin İncelenmesi: Fenomenolojik Bir Çalışma, İbn Haldun Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Rehberlik Ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Chalmiers , Morgen (2021). A. Life Is Tight Here' Displacement and Desire amongst Syrian Refugee Women in Jordan . Anthropology of the Middle East, Vol. 16, No. 1, pp. 49–69, doi:10.3167/ame.2021.160104

Emma J. Farkas (2018). A Phenomenology of Syrian Refugee Youths Living in the United States. Dissertation Submitted to the Faculty of The Chicago School of Professional Psychology In Partial Fulfillment of the Requirements For the Degree of Doctor of Psychology

Karen J. Grant, Maureen Mayhew, Lorena Mota, Michael J. Klein And Armine´E Kazanjian (2015). The Refugeed Experience Of Acquiring A Family Doctor.Internatıonal Journal Of Mıgratıon, Health And Socıal Care J Vol. 11 No. 1 2015, Pp. 18-28,

Sargın, Saliha (2018). Suriyeli Sığınmacıların Türkiye'deki Uyum Süreçleri: Afyonkarahisar Örneği Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyon.

Vallelly, Neil (2019). The Place Was Not A Place": A Critical Phenomenology Of Forced Displacement. İn: The Phenomenology Of Real And Virtual Places, Edt: Erik M Champion, Routledge. Pp.: 305- 331.

Zor, Ayşegül (2021). Türkiye'deki Suriyeli Sığınmacıların Farklılıkla Bir Arada Yaşama Deneyimi (Bursa-Orhangazi Örneği) Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

FUTBOL TAKIMI SPONSOR MARKALARININ, TARAFTARLARIN MARKA TERCİHİ VE MARKA DEĞİŞTİRME DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE'DEKİ 4 BÜYÜK FUTBOL TAKIMI ÜZERİNDE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Mehmet SAĞLAM[50]

Öz

Sponsorluk, iyi tanımlanmış hedef kitleye ulaşmak ve markanın mesajını iletmek amacıyla pazarlama iletişim araçları arasında en çok kullanılan araçlardan biridir. Sponsor olan marka için tüketici açısından bilinirliği ve tercih edilebilirliği artırma, satın almaya yönlendirirken, sponsor olunan marka için ise ekonomik olarak katkı sağlama, marka işbirliği yapma, destek olma konularında katkı sağlamaktadır. Hedef kitleye kolay ulaşım açısından sponsor markalar en çok futbol takımlarına sponsor olmakta ve giderek büyük oranlarda bu yönde harcama yapmaktadır. Gerçekleştirilen marka sponsorluklarının, tüketici açısından taraftarların marka tercihine, satın almış olduğu markayı değiştirme davranışına etkisi ise yapılan sponsorluğun etkinliğinin değerlendirilmesi açısından önemlidir. Bu amaçla hazırlanan çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden odak grup çalışması yürütülmüştür. Amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak Türkiye'deki 4 büyük futbol takımı taraftarından toplam 4 kişi olmak üzere birer kişi örnekleme dahil edilmiştir. Katılımcılara araştırma amacına yönelik 5'er soru sorulmuştur. Araştırma sonuçlarında futbol takımına sponsor olan markanın, marka tercihi ve önceden satın alınan markayı değiştirme üzerindeki etkisinin bazı ürün/hizmet gruplarına göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Futbol takımı başarısına bağlı olarak sponsor olan markanın hatırlanma oranının arttığı ve marka tercihi ve marka değiştirme üzerinde daha fazla etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yansıtılan anlam ve duyguların aktarımına bağlı olarak sponsor olan markayı daha çok satın alabilecekleri belirtilmiştir. Futbol ile yüksek uyumlu sponsorluk algısının o markayı tercih etme ve değiştirme üzerinde daha fazla etkisi olduğu, futbol takımına ek bir destek olması durumunda sponsor olan markayı daha çok tercih etme ve marka değiştirme davranışında bulunabileceği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Futbol Takımı, Sponsor Marka, Marka Tercihi, Marka Değiştirme Davranışı

[50] Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, msaglam@ticaret.edu.tr, Orcid: 0000-0002-1909-4284

THE EFFECT OF FOOTBALL TEAM SPONSOR BRANDS ON THE BRAND PREFERENCE AND BRAND SWİTCHİNG BEHAVİOR OF THE FANS: A QUALİTATİVE RESEARCH ON THE 4 BİG FOOTBALL TEAMS İN TURKEY

Abstract

Sponsorship is one of the most used marketing communication tools to reach a well-defined target audience and convey the brand's message. For the sponsoring brand while it contributes to increase awareness and preferability in terms of consumers, to guide them to purchase, for the sponsored brand it contributes to economically, to cooperate with the brand and to support them. In terms of easy access to the target audience, sponsor brands mostly sponsor football teams and spend large amounts in this direction. The effect of the brand sponsorships on the brand preference of the fans and the brand switching behavior that have been purchased is important in terms of evaluating the effectiveness of the sponsorship. In the study prepared for this purpose, focus group study, which is one of the qualitative research methods was carried out. Using the purposive sampling method, 1 people were included from every team in the sample, and totally 4 of whom were fans of the 4 big football teams in Turkey. 5 questions were asked to participants for the purpose of the research. In the results of the research, it has been determined that the effect of the brand sponsoring the football team on brand preference and brand switching behavior differs according to some product/service groups. It has been concluded that the recall rate of the sponsor brand increases depending on the success of the football team and this has a greater effect on brand preference and brand switching. In addition, it was stated that they could buy the sponsoring brand more depending on the transfer of the reflected meaning and emotions. It has been determined that the perception of high fit sponsorship has more effect on preferring and switching and if there is an additional support for the football team, they may prefer the sponsor brand more and switch previously that have purchased brand.

Keywords: Football Team, Sponsor Brand, Brand Preference, Brand Switching Behavior

GİRİŞ

Pazarlama iletişimi hem mevcut algılarla etkileşime girerek hem de tüketicilere markanın değerlerine ikna etmek için bilgiler sunarak algılarını etkileyebilir. Çok çeşitli pazarlama iletişim araçları olmasına rağmen, sponsorluk diğer iletişim araçları arasında giderek daha popüler hale gelmiştir. Sponsorluk ve marka ilişkisini anlayabilmek adına yöneticiler için belirli bir sponsorluk anlaşmasının markanın farklı yönleri üzerinde nasıl etkileri ortaya

çıkacağını belirleyebilmeleri önemlidir. Çünkü sponsorluk faaliyetleri marka tercihi, marka sadakati ve sonuçta daha fazla satın alma davranışı sonucu yüksek karlılığa neden olacaktır (Aaker 1991; Keller 1998). Sponsorluğun yapılan yüksek yatırımlara rağmen marka ile ilişkisinde tüketici algılarını ne yönde etkilediği hakkında literatürde çok az şey bilinmesi ise şaşırtıcıdır.

Futbol kulüpleri açısından düşünüldüğünde, spor endüstrisinin hızlı gelişimi ile birlikte, sponsorluk desteklerinin hem sponsor markası hem de futbol kulübü markası için önemi artmıştır. Sponsorluk destekleri hem futbol tüketicisi olarak taraftar satın alma davranış sürecinde ve futbol üreticisi olarak kulüp markası için oldukça önemlidir. Sponsorluğun, kulübe maddi destek sağlama, gelir kaynağı oluşturma, transfer sürecinde fon sağlama gibi önemli derecede katkıları mevcuttur. Sponsorluk aynı zamanda sponsor olan markayı güçlendirmek için de değerli bir araçtır.

Futbol kulüpleri için sponsorluk faaliyetleri, futbolun oldukça geniş ve marka sadakati yüksek tüketici hedef kitlesine sahip olması nedeniyle daha fazla önem kazanmıştır. Futbol kulübünün faaliyetlerinin devam etmesinde ve sponsor olan markanın marka etkinliğinin artırılmasında etkisi büyüktür. Kulüplere ana sponsor, forma göğüs, sırt, kol ve çorap sponsoru ve stat isim sponsorluğu yanında iş birliği çerçevesinde yapılan sponsorluk sonucu markalar, hem marka bilinirliğini, farkındalığını, hatırlanma oranını hem de kulüple özdeşleşmiş ve sadık taraftar gruplarını müşteri olarak hedefleyip, tüketici kitlesini artırmaya çalışmaktadır (Tokmak ve Aksoy, 2016: 76).

Destekledikleri takıma ya da takım sporcularına duygusal olarak bağlı olan sporseverler şeklinde tanımlanabilen taraftarlar, sadece takımlarına destek vermemekte, aynı zamanda takıma sponsor olan markaların ürün ya da hizmetlerini de satın alma potansiyeli taşımaktadır ve önemli bir tüketici hedef pazar kitlesini oluşturmaktadır (Ngan vd., 2011; Irwin vd., 2003; Gwinner ve Swanson, 2003: akt Keskin ve Dölarslan, 2020:415).

Gittikçe ticarileşen ve endüstri haline gelen spor ortamında, spor dışındaki şirketler, kendilerini takımın (finansal) destekçileri olarak sunarak, taraftarların bağlılıklarını ve takımlarına olan desteğinden kendilerine fayda sağlamaya çalışmaktadır. Bu durum, tüketicilerin sponsorlu bir kuruluşla ilişkisinin, tüketicilerin sponsorun ürünlerine tepkilerini büyük ölçüde etkilediğine dair yaygın olarak kabul edilen fikri yansıtmaktadır (Cornwell, vd., 2005; Meenaghan, 2001). Bu nedenle, taraftarlar ve favori futbol kulüpleri arasındaki benzersiz ve duygusal bağa dayalı ilişki göz önüne alındığında, marka değiştirmeye neden olan faktörlerin spor tüketici davranışı olarak taraftarla bağlamında yeniden incelenmesinin gerekli olduğu görüşü benimsenmiştir (Shilbury, vd., 2009). Bununla birlikte, mevcut literatür daha çok sponsorluğun müşterilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisine odaklanmış olsa da, marka değiştirme niyetleri üzerindeki etkisi büyük ölçüde gözden kaçan bir araştırma konusudur.

Bu çalışma özellikle, futbol takımı sponsorluğunun aynı zamanda spor taraftarı olan tüketicilerin marka tercih ve değiştirme davranışları üzerindeki etkilerini, 4 büyük futbol takımı taraftarı üzerinden inceleyerek mevcut literatürde tespit edilen bir boşluğu ele almaktadır.

1. SPONSORLUK ve SPOR SPONSORLUĞU

Geçmişi eski çağlara dayanan sponsorluk, o dönemler koruma ve destek sağlama faaliyeti olarak uygulanırken, günümüzde reklam ve halkla ilişkiler gibi diğer pazarlama iletişim araçlarına ve pazarlama karmasının ihtiyaçlarını cevap vermeyi amaçlayan ticari bir faaliyet olarak kullanılmaktadır (Taşdemir, 2001: 97). Sponsorluğun ticari bir faaliyet olarak ilk kullanım örneğinin 1896 olimpiyat oyunları olduğu belirtilirken (Argan ve Katırcı, 2015: 379-380), futbol kulüpleri üzerinden gerçekleştirilen ilk sponsorluğun yine 1896 yılında İngiltere Futbol Ligi şampiyonu Nottingham Forest futbol takımına sponsor olan meşrubat markası Bovril ile başladığı ortaya çıkmıştır (Soyer, 2003: 47).

Sponsorluk, bir şirketin ve/veya markalarının belirli bir hedef kitlede, şirketin normal işleriyle doğrudan bağlantılı olan ya da olmayan bir faaliyetin desteğiyle olumlu bir tanıtım elde etmeyi amaçlayan önemli bir pazarlama iletişim aracıdır. Dolaylı bir pazarlama iletişim aracıdır. Sponsor olan şirketin marka adı, sponsor olunan olay, olgu ya da sponsor firmanın kişisel bazda desteklediği kişi (sporcu) ile ilgilidir (Bennett, 1999). Bir başka tanımda sponsorluk, tüketici zihninde bir sponsor şirket tarafından gerçekleştirilen sportif faaliyetin (etkinlik vb.) yansıttığı ruh ile sponsor markasının ilişkilendirilmesi amaçlanarak uygulanan bir iletişim aracı olarak ifade edilmiştir (Ferrand vd. 2007: 12)

Spor sponsorluğu ise, şirketlerin hem örgütsel hem de pazarlama amaçlarını gerçekleştirmeye yardımcı olmak ve tutundurma faaliyetlerine destek sağlamak amacıyla spor alanında bir ürün ya da organizasyona yatırım yapmasıdır (İnan, 2011). Sponsor olan kurum markası ile sponsor olunan spor kurumu markası arasında gerçekleştirilen, karşılıklı çıkarların her iki taraf için de söz konusu olduğu ticari bir ilişkidir (Argan ve Katırcı, 2015). Spor sponsorluğu, sponsorluk türleri arasında en fazla uygulama alanına sahip olma niteliği taşıması bakımından ve herhangi bir spor faaliyetine ya da spor kulüplerine karşı duygusal bağ kuran hazır taraftar grubuna hitap etmesi açısından çok fazla tercih edilen bir sponsorluk türüdür.

Spor takımları, finansal ve ayni kaynaklar dahil olmak üzere çeşitli şekillerde sponsorluk faaliyetlerinden yararlanırken (Kim vd., 2011, Parganas, vd., 2017), her tür ve büyüklükteki firma, taraftar grupları olarak çeşitli hedef kitlelere ulaşmak, marka farkındalığı sağlamak, olumlu bir marka imajı gerçekleştirmek ve taraftarları o ürün ve hizmetleri satın almaya yönlendirmek gibi çeşitli faydalar elde etmek için spor sponsorluk programlarını yürütmektedirler.

Aralarındaki duygusal bağa bağlı olarak takım taraftarlarının kulübe karşı tutumu ne kadar iyi yönde olursa, kulübe sponsor olan markaların ürün ve hizmetlerini tercih etme, satın alma niyetleri, sponsor markaya destek amaçlı karşılık verme zorunluluğu gibi his ve davranışlar daha fazla ön plana gelmektedir (Tapp ve Clowes, 2002, Parganas, vd., 2017). Aynı şekilde kulüp markası ve taraftar arası ilişkide sponsorluğun bir diğer etkisi ise tüketici olarak taraftarların kullanmakta ve satın almakta olduğu markayı değiştirme davranışına olan muhtemel etkisidir.

2. MARKA TERCİHİ ve MARKA DEĞİŞTİRME

Marka tercihi, bir müşterinin belirli bir markaya karşı sahip olduğu önyargı olarak açıklanabilir. Satın alma karar sürecinde hangi markanın ürün veya hizmetlerini alacağını tercih etme davranışıdır. Sponsor markalara yönelik marka tercihi ise taraftarı olunan futbol takımına sponsor olan markaların alışveriş sürecinde tercih edilmesini ifade etmektedir.

Hellier, Geursen, Carr ve Rickard (2003), marka tercihini "müşterinin, kendi değerlendirme kümesindeki diğer markalar tarafından sağlanan belirlenmiş ürüne/hizmete kıyasla, mevcut marka tarafından sağlanan belirlenmiş hizmeti ne ölçüde tercih ettiği" olarak tanımlamıştır (Hellier, vd., 2003).

Tüketici ihtiyaçları ile tüketicilerin markaya yönelik inanç ve tutumlarının birleşimi sonucu markayi değerlendirmeleri sonucu satın alma sürecinde belirli markaya karar verilmesi, alternatifler arasından bir markanın satın lamya karar verilmesi marka tercihi kavramıyla açıklanmaktadır. Marka tercihinde tüketiciler hem duygusal hem de bilişsel faktörlerden etkilenmektedir. İhtiyacın niteliği, markayı üreten kurumun imajı, pazarlama stratejileri, marka özelliklerinin tüketicilerde oluşturduğu algı gibi faktörler yanında daha birçok faktör marka tercihinde etkiye sahiptir (Aktuğlu, 2004:36). Futbol takımı sponsorlukları da taraftar grubu olarak tüketicilerin sponsor markaların farkına varması ve takımına destek sağlayacağına inanması düşüncesiyle, önceden bu tür ürün ya da hizmet markasını satın almasa bile bu yönde marka tercihi yapmasıyla açıklanabilir.

Marka değiştirme davranışı ise müşterilerin satın alma karar sürecinde bir markadan başka bir markaya geçiş şeklidir. Ürün ya da hizmet satın alma sürecinde mevcut markanın satın alınması yerine başka markanın tercih edilmesi eğilimidir (Sharma ve Sharma, 2018:64). Müşteri önceden kullanmakta ya da hizmet almakta olduğu markayı terk edip başka markaya geçiş yapmaktadır. Çalışma açısından ele alındığında, şirketlerin futbol takımlarıyla gerçekleştirdiği sponsorluk anlaşması sonrası, taraftarların önceden müşterisi olduğu markaları satın almayı, kullanmayı bırakıp, takımına sponsor olan markaları satın alma yönünde davranış değişikliğine gitmesi sponsor markalara karşı marka değiştirme davranışını açıklamaktadır.

Her müşteri, farklı marka kategorileri için kendi seçimini, davranışını, tutumunu ve algısını taşımaktadır. Müşteriler çoğu zaman farklı faktörleri göz önünde bulundurarak bir markadan başka bir markaya geçebilmektedir. Müşteri bir markadan memnun kalmadığında, sadakat düzeyi, bağlılık seviyesi düştüğünde o markayı maksimum hizmet sağlayan başka bir marka ile değiştirme davranışında bulunabilmektedir. Futbol takımı sponsorluk faaliyetleri sonrası ise taraftarların takımına destek sağlaması amacıyla ya da tüketici zihninde marka bilinirliği olmayan sponsor markanın tüketici kara kutusuna girmesi sonucu önceki markadan vazgeçip sponsor markası yönünde eğilim gösterilebilmektedir.

3. LİTERATÜR TARAMASI ve İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Literatürdeki yapılmış çalışmalar incelendiğinde, takımıyla özdeşleşen taraftarların sponsor markaya yönelik bilinirlik düzeyinin arttığı ve nihayetinde sponsor marka ürünlerinin daha fazla tercih edildiği tespit edilmiştir (Dalakas ve Kropp, 2002; Madrigal, 2000). Çavuşoğlu (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmada taraftarı olunan takımın ana sponsorunun ürününü satın alan, kullanan taraftarların sponsorluk sonrası bile bu ürün ve hizmetleri satın aldıkları belirlenmiştir (Çavuşoğlu, 2011). Bu durum desteklenen takım sponsor markasının ürünlerinin marka tercihinde etkili olduğunun bir göstergesidir.

Crompton (2004), sponsorluk faaliyetlerinin etkinliğinin en önemli göstergelerinden birinin, sponsor markasının gelecekteki satışlar üzerindeki etkisiyle ölçülebileceğini ifade etmiştir. Sponsor markanın satın alma sürecinde tercih edilmesi, sponsorluğun etkinliğinin sağlandığına dair bir kanıt olarak gösterilebilir. Birçok araştırmacı, satın alma niyetlerini, hayali (Alexandris vd., 2007; Madrigal, 2001) veya profesyonel takım sporlarının gerçek sponsorlarının (Biscaia vd., 2013) sponsorluk etkinliğini değerlendirmek için nihai gösterge olarak kullanmıştır. Bazı araştırmalarda, tüketicilerde marka sadakati olmasa da (Sirgy vd., 2008), sponsorluğun satın alma niyeti (Cornwell 2008) üzerinde etkilerinin olduğu ortaya koyulmuştur.

Bir başka çalışmada ise, taraftarların tuttukları takımları finansal olarak destekleyen sponsorlara karşı daha yüksek düzeyde sadakat duydukları belirtilmiştir (Levin, vd.,2004). Taraftarda daha fazla sadakat olması, marka tercihlerinde marka değiştirmeye yönelik davranışlarında sadık oldukları sponsor markayı daha fazla satın aldıklarını göstermektedir.

Altunbaş (2008)'ın aktardığına göre, yapılan bir çalışmada sponsorluk faaliyetlerinin sponsor markanın satın alınmasını %62 oranında arttırdığı, marka tercih edilme oranını %65'e yükselttiği tespit edilmiştir. Bu oranlar dikkate alındığında bu kadar etkinliğe sahip bir pazarlama iletişim aracı olarak sponsorluğun marka tercihine etkisi oldukça anlamlı görülmüştür (Altunbaş, 2008: 54).

Becker-Olsen ve Simmons'ın (2006) araştırması, yüksek uyumlu sponsorlukların (sponsor olunan marka ile sponsor marka arası uyum) marka denkliğini artırabileceğini, düşük uyumun marka denkliğini azaltabileceğini göstermiştir. Marka denkliğinin artması daha fazla marka tercihi ve marka değiştirebilme eğilimi anlamına gelmektedir.

Spor sponsorluğu alanındaki önceki çalışmalar, bir sponsor markaya yönelik olumlu tutumların, bir sponsorun ürününü değerlendirme ve satın alma niyetleriyle olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu öne sürmüştür (Biscaia vd., 2013; Kim vd., 2011; Madrigal, 2001; Speed ve Thompson, 2000).

Meenaghan (2001), bir taraftarın sponsor markanın ürünlerini satın alması için gerekli olan ilk koşulun sponsor marka bilinirliğinin artması olduğunu belirtmiştir. Sponsorluk faaliyetleri sonucu taraftarlarda sponsor olan markaya yönelik olumlu tutumlar oluşmakta ve o markaya karşı ilgilenim düzeyi de artarak daha fazla marka tercihi ve daha fazla satın alma yönünde taraflarda davranışlar ortaya çıktığı tespit edilmiştir (Speed ve Thompson, 2000).

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

4.1. Araştırma Amaç ve Önemi

Bu çalışma Türkiye'deki 4 büyük futbol takımı sponsor markalarına yönelik taraftarların bu markaları tercih etme ve satın almakta/kullanmakta olduğu markayı değiştirme davranışlarına ne yönde etki ettiğinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Literatür incelendiğinde spor pazarlama alanında sponsorluğun daha çok marka farkındalığı (DeGaris, vd., 2016;Jalleh, vd., 2002;)ve marka denkliği (Deniz, 2019; Dumanlı Kürkçü, 2015; Taşkın ve Kosat, 2016; Azadi, vd., 2016), gibi konularla sık sık çalışıldığı görülürken, sponsorluğun davranışsal anlamda marka tercih etme ve karar alma sürecinde markayı değiştirme davranışlarına etkisine yönelik çalışmalara rastlanmamıştır. Bu durum çalışmanın önemini ortaya koymaktadır ve literatürdeki bu boşluğun doldurulması çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Çalışma sonuçlarının hem sponsor olan hem de sponsor olunan markaların amaçlarına ulaşmaları için yöneticilere yol gösterici olacağı düşüncesiyle, gerekli stratejilerin geliştirilmesi noktasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4.2. Veri Toplama ve Örnekleme Süreci

Çalışmada veri toplama aracı olarak nitel araştırma yöntemlerinden odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. 4 büyük futbol takımı taraftarlarından amaçlı örnekleme ile birer kişi alınarak toplamda 4 katılımcı ile odak grup çalışması yürütülmüştür. Amaçlı örnekleme kullanılmasının nedeni, nitel araştırmalarda analiz birimi olarak seçilen hedef katılımcı kitlenin amaca uygun olarak seçilmesine imkan sağlamasıdır.

Amaçlı örnekleme, araştırma amacına bağlı olarak belli ölçütleri karşılayan, çalışma konusu üzerinde bilgi sahibi olduğu düşünülen katılımcıların veri toplama sürecine dahil edilmesidir (Büyüköztürk vd., 2012). Çalışmada odak grup yönteminin tercih edilme nedeni ise, küçük ve homojen yapıdaki benzer gruplardan gelen, benzer deneyimleri yaşamış katılımcıların belli bir konu üzerine kararlarının, davranışlarının ortaya çıkarılmasına imkan sağlamasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2006; Patton, 2014).

Veriler, katılımcılarla ortak bir saat planlaması çerçevesinde bir kafede 1 saat süren odak grup çalışmasından alınan yanıtlar ses kaydı aracılığıyla toplanarak daha sonra araştırmacı tarafından değerlendirmeye alınmıştır. Görüşme süresince katılımcılara 5'şer soru sırasıyla yönlendirilmiştir.

4.3. Araştırma Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma kapsamı, örneklemde yer alan 4 katılımcının görüşleri ile sınırlıdır. Çalışmadan elde edilen bulgular genele yorumlanmamalı ve örneklem çerçevesinde ele alınmalıdır. Çalışmanın belirli bir saat ve zaman dilimi içerisinde gerçekleştirilmesi ve sadece 4 büyük takım taraftarının örnekleme dahil edilmesi çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Araştırma Soruları

1. Taraftarı olduğunuz futbol takımı sponsor markalarının hangilerini hatırlıyorsunuz?
2. Bu sponsor markalarının marka tercihlerinizdeki etkisi hakkında neler düşünüyorsunuz?
3. Bu sponsor markalara göre öncesinde satın alım gerçekleştirdiğiniz, kullandığınız markaları değiştirdiniz mi?
4. Takımların sponsor markalarının futbol ve kulüp ile uyumu hakkında ne düşünüyorsunuz?
5. Marka işbirliği açısından sponsor olunan futbol takımı markası ve sponsor olan markalara neler önerirsiniz?

4.4. Katılımcı Verileri

Çalışmada her bir katılımcının ilgili sorulara verdiği cevapların daha anlaşılır hale getirilmesi için her bir katılımcı, taraftarı olduğu takımın baş harfi ile kodlanmıştır.

Odak grupta yer alan katılımcıların demografik açıdan özellikleri incelendiğinde aşağıdaki özellikleri taşıdıkları belirlenmiştir.

KB1: Erkek, 35 yaşında, Yüksek Lisans Mezunu, Öğretmen

KF1: Erkek, 37 yaşında, Doktora Mezunu, Yönetici

KG1: Erkek, 41 yaşında, Yüksek Lisans Mezunu, Müdür

KT1: Erkek, 39 yaşında, Yüksek Lisans Mezunu, Serbest Meslek

4.5. Araştırma Bulguları

Soru 1'e alınan yanıtlar;

KB1: "Bu sene forma göğüs sponsorunun BEKO olduğunu hatırlıyorum. Geçen sene VODAFONE'du. ADİDAS, AKSA ve GÜRİŞ markalarını da hatırladım. Transfer sezonu için hatırlıyorum, transferler hep ACIBADEM hastanesinde sağlık kontrolünden geçiyor. O nedenle ACIBADEM'i de sayabilirim."

KF1: "Yakın zamandan beri ALİ KOÇ ile beraber daha çok KOÇ Grubu şirketleri hatırlıyorum. AVİS, AYGAZ, TÜPRAŞ OPET gibi. Stat isminden ÜLKER'i unutamam. Bir de ZİCO dönemi Şampiyonlar Liginde çeyrek finale kaldığımız zaman AVEA vardı. Sağlık kontrollerinden ACIBADEMİ'i hatırlıyorum. HeForShe de unutulmaz tabi. Bir de forma sponsorunun artık PUMA olduğunu biliyorum"

KG1: "Ben de göğüs sponsoru SIXT markasını hatırlıyorum. Ama ne markası açıkçası bilemiyorum. NIKE zaten formada var. Stat sponsorumuzun TÜRK TELEKOM olduğunu ve önümüzdeki sezon anlaşma süresinin bittiğini hatırlıyorum. Arkadaşlar sağlık kontrolü demişken Galatasaray'da da LİV HOSPİTAL'in sağlık sponsoru olduğunu hatırlıyorum. UEFA kupasını aldığımız sene de MARSHALL vardı formamızda. Bir de bir sigorta şirketi vardı ama M ile başlıyordu ismini tam çıkaramadım. En son GETİR markasını da hatırlıyorum"

KT1: İlk olarak aklıma geliyor VESTEL geliyor tabi. Forma sponsoru demişken bizde de simgesini hatırladım ama M ile mi başlıyordu sanırım Başakşehir kulübüne de sponsordu bir marka vardı hatırlayamadım. Arkadaşlar kol demişken QNB bankası yazıyordu sanırım. MEDİCALPARK zaten yıllardır sağlık sponsoru.

Soru 2'ye alınan yanıtlar;

KB1: "AKSA ve GÜRİŞ markalarını hatırlıyorum dedim ama doğrudan bu markaları tercih etmiyorum. Çünkü bu markaları tercih edecek, satın alacak bir ihtiyacım yok. Ama bir ara sadece banka kartı üzerinde logomuz var ve ayrıcalıklara sahibim diye GARANTİ BANK'ta hesap açtırmıştım. Geçenlerde de beyaz eşya ihtiyacımız oldu BEKO aklıma geldi ama FENERBAHÇE başkanı ALİ KOÇ'dan dolayı tercih etmedim. Ama Sergen'in Chelsea'ya gol attığı maç zamanı hatırlıyorum BEKO forma göğüs sponsoruydu, annemlere o markayı aldırmıştım".

KF1: Başkan ALİ KOÇ döneminden beri aslında KOÇ grubu şirketlerinden daha fazla markayı tercih etmeye başladım diyebilirim. HALLEY markasını ilk soruda belirtmedim ama şimdi hatırladım ÜLKER'in stat sponsoru olduğu ve HALLEY markasının formalarda ilk yer almaya başladığı dönem çay kahve yanına atıştırmalık alırken HALLEY kesinlikle alıyordum. LPG'li araç kullanmasam da LPG kullanan arkadaşlarım için tabi ki AYGAZ ı öneriyorum. Araç kiralama durumu olduğunda tabi ki yine bir KOÇ şirketi olarak AVİS markasını tercih ediyorum. Geçen günlerde de dijital, kripto para dünyasına katılmak istedim araştırıyordum Fenerbahçe'nin PARIBU ile işbirliği yaptığını görünce PARIBU'yu telefonuma yükledim ve oradan hesap açtım."

KG1: "Bir dönem iyi hatırlıyorum, bende ilk soruda söylemedim ama şimdi hatırladım maçları izlerken bazen pizza alırdım ve o dönem TerraPizza markası vardı sponsor. Genelde o markanın pizzasını sipariş veriyordum. Aynı şekilde anlaşma olduğu için BURGER KING taraftar menüsü de aynı şekilde. Yine ilk soruda söylemedim sanırım ama şimdi NEF markasını da hatırladım. Bir ara Emre Akbaba'nın transferinde sponsor olarak destek sağlayan NEF markası, o dönem alma fırsatım olmuştu ve bu şirketin projelerine de özellikle baktım. Yine arkadaşlar deyince hatırladım, UEFA kupasını aldığımız sene oğlumun odasını sarı kırmızı renk boyadık ve MARSHALL boyasını kullanmıştık".

KT1: "Ben açıkçası çok fazla etkili olduğunu düşünmüyorum. Bir gün Vakıfbank'a hesap açtırmaya gitmiştim ve üzerimde Trabzonspor tshirt ü vardı. Görevli personel banka kartımın ve istenirse kredi kartımın Taraftar kart özellikli olabileceğini söyledi, üzerinde Trabzonspor yazacağını ve logosunun olacağını söyleyince, kredi kartı başvurusu da yapmıştım". Ayrıca doğrudan bir marka ismi aklıma gelmiyor ama Trabzonda Bordo Mavi kelimelerini kullanan çok fazla işletme var. Bu işletmeler daha çekici geliyor ve bazen mağazaya girip alışveriş yaptığım oluyor"

Soru 3'e alınan yanıtlar;

KB1: "Aslında GSM operatörümü değiştirmem gerekiyordu ve o dönem İnönü stadyumu VODAFONE PARK olarak yenileniyordu. Aklımda hiç Vodafone markası yokken, internetten tarifelerini araştırıp bayiden numara taşıma işlemi gerçekleştirdiğim oldu. Az önce de ifade etmiştim. Garanti Bankasının Beşiktaş Bonus kartını üzerinde logo var ve ayrıcalık sunuyor diye tercih etmiştim. Ondan önce ise başka banka kartını kullanıyordum. Kartla her yaptığım alışverişte kulübe katkı sağladığımı, kulüp müzesine girişte indirimlere sahip olacağımı, ekstra taksit imkanları sağlandığını öğrenince Garanti Bankasına geçiş yapmıştım. Hatta aynı şekilde fast food yiyecek çok fazla tüketen biriyim. Daha çok McDonals markası tercih ederken, yine aldığım her menüde takımıma kazanç sağladığım BURGER KING taraftar menüleri de tercih etmeye başladım."

KF1:"Az önce de söylediğim gibi marka tercihlerimde KOÇ grubu markalarını artık daha çok tercih ediyorum. Bu nedenle çok fazla alanda marka değiştirme yaptım. Artık araç kiralamayı AVİS'ten yapıyorum. Eskiden neredeyse bana yakın istasyon yok diye akaryakıt tercihimi OPET olarak kullanmasam da, uzun yolculuklarımda yol üzeri akaryakıt istasyonları için OPET'i tercih ediyorum. Çünkü ALİ KOÇ'un kulübe bireysel katkı sağlayacağını bildiğim için ben de küçük destek olmaya çalışıyorum. Bir de bildiğiniz gibi forma sponsoru ADİDAS'tan PUMA'ya geçti. Bu zamana kadar PUMA çok tercih eden biri değildim. Yeni sezon forması aldıktan sonra kumaşının çok güzel olduğunu görüp, PUMA mağazasından spor giyim üzerine alışverişler de yapmaya başladım. Hatta su markalarından ismini hiç duymadığım PÜRSU markasını bile takımın bir basın toplantısında görmüştüm, bir ara sahilde gezerken eşim su istedi ve büfede tesadüfen gördüğüm PÜRSU markasını hem FENERBAHÇE'ye sponsorluğu hem de kapak rengi için almıştım".

KG1: "Ben de az önce söylemiştim. Maç izlerken genelde pizza siparişi veriyordum ve o dönem sponsor olan TerraPizzayı tercih etmeye başladım. Marka değiştirme nedenim tamamen takımıma olan sponsorluğuydu. Açıkçası şimdi hiç TerraPizza tüketmiyorum o da ayrı. Ama yine Galatasaray için maç günlerinde benimde arkadşların söylediği gibi satın almam durumumda takımıma katkı sağladığımı bildiğim Burger Kıng markasına geçiş yaptım. Yoksa dışarıda falan olsam daha çok CARL'S Jr markasını tercih ediyordum. Ayrıca yine arkadaşların dediği gibi banka kartı, GSM operatörü gibi marka tercihlerimi takımıma özel kuruluş yılı olan 1905 yılını telefon numaramda, kart üzerinde kullanılması nedeniyle bana ayrıcalık kattığını düşündüğüm için GSBonus ve GSMobile markalarına geçiş yaptım."

KT1: Ben de koyu Trabzonlu bir akrabamın GSM operatörünü TURKCELL markasının sunduğu 61CELL olarak değiştirdiğini biliyorum. Hattadiğer arkadaşların da söylediklerine benzer şekilde TURKCELL bayilerinden forma ve kombine satın alma durumunda taksit imkanı sunulduğunu öğrendiğimde ben de operatörümü değiştirmeyi düşündüm.

Soru 4'e alınan yanıtlar;

KB1: "Marka hatırlama açısından sorduğunuz soruda da belirtmiştim. AKSA ve GÜRİŞ markalarını evet hatırlıyorum ama bu markaların alanı enerji ve inşaat. Bu bakımdan baktığınızda bir spor markasıyla ilgisiz buluyorum. Forma sponsoru gibi spor markalarının olmasının, bir gıda firmasının olmasının ya da ayrıcalıklar sunan hizmetlerin sağlandığı sponsorlukların daha uygun olacağını düşünüyorum. Çünkü bu markaların taraftarlardan kazandıkça takıma da aktarabilecek düzeyde kampanyalar yapması marka tercihinde önemlidir diye düşünüyorum. Önceden de mesela Kal De markası sponsordu. Ama hiç bağlantı kuramadım, anlam veremedim."

KF1: "Ben açıkçası bazı taraftarlar tarafından eleştirilse de bu konuda ALİ KOÇ başkanın kendi aile şirketlerinin sponsorluklarının takıma önemli mali destekler sağladığını düşünüyorum. Başkanın kendisi aracılığıyla şirketlerine de taraftardan katkı sağlamaya çalışılıyor diye de anlaşılabilir ama aslında yine şimdi aklıma geldi, HDISigortayla yapılan anlaşma var mesela. Koç grubu şirketlerinden Yapı Kredi aracılığıyla da yapılabilirdi. Bu nedenle aslında takıma katkı sağlayacak her şirketin, markanın sponsorluk alabildiğini de görüyorum. Yıldız Holding altındaki ve stat isim sponsorumuz ÜLKER'in koyu Fenerbahçeli Murat ÜLKER'in CEO'su olduğu şirket olması ayrı bir öneme sahip. Bu açıdan kurucusu, yöneticisi özellikle koyu bir taraftar olan anlaşmaların daha uyumlu olduğunu söyleyebilirim. Aynı şekilde eski dönem yönetim kurulundan Abdullah KİĞILI markasını da bu kapsamda söyleyebilirim. Kadına destek kampanyaları olarak HeForShe işbirliği de tabi ki unutulamaz. Kadın sporcuya destek, özellikle kadına destek anlamında bu tür sponsorlukların önemli olduğunu düşünüyorum."

KG1: Ben de spor faaliyetleriyle daha uyumlu olan, benzer alanlarda faaliyet gösteren markaların sponsorluklarının daha anlamlı olduğunu, takıma mali destek yanında taraftarında bu markaları tercih etmesiyle ekstra destek sağlanan sponsorlukları daha uyumlu buluyorum. Hatta az önce de söyledim. SIXT markasının ismini biliyorum ama ne markası olduğunu bilmiyorum. Bu nedenle kulüp ve sponsor arasındaki sponsorlukların da iyi tanıtılması gerektiğini, mali açıdan ne kadar destek sağlandığının açıklanması gerektiğini düşünüyorum. MARSHALL markası mesela ilk baktığınızda uyumsuz görünebilir, boya markası ile spor kulübü ne alakası var denilebilir ama UEFA kupasını aldığımız dönem kutlama törenindeki o forma hala gözümün önünde. Hatırlama açısından uyumsuz olsa da markayı unutmama açısından etkili olduğu da söylenebilir. Yine öncesinde belirtmiştim o dönem oğlumun odasını sarı kırmızı boyarken özellikle MARSHALL boya almıştım".

KT1: "Eski başkan Muharrem USTA'nın bir dönem MEDİCAL PARK hastanelerinde ortak olduğunu hatırladım. ALİ KOÇ için arkadaşın verdiği örnekteki gibi bazen farklı düşünülebilir ama takımın sağlık giderleri ve kulübe destek açısından bu tür sponsorlukların daha faydalı ve uyumlu olacağını söyleyebilirim. VESTEL markasının sponsorluğu için ise benzer şekilde her ne kadar Denizli ilinde doğmuş olsa da, sahibi olan Ahmet ZORLU'nun ticarete Trabzon'da başlamış olması nedeniyle takıma sponsor olması daha uyumlu, daha kabul edilebilir ve anlamlı geldi bana. Birçok yaşlı taraftarın da bunu anlamlı bulduğunu, vefa borcu gibi algıladığını, ZORLU'yu takdir ettiğini biliyorum". Forma sponsoru olarak belirtmiştim M harfi ile başlıyor ama ismini hatırlayamadım. En azından daha çok bilinen bir spor markası olması belki taraftar için ayrı bir önemi olan forma satın alma durumunda kalite vb açıdan daha etkili olabilir diye düşünüyorum".

Soru 5'e alınan yanıtlar;

KB1: "Benim önerim takıma taraftarın da bu sponsor markaları almasıyla ayrı bir katkı sağlayan sponsorlukların sayısının artırılması yönünde. Özellikle futbol dünyasındaki kulüplerin içinde bulunduğu mali krizi takıma destek çağrılarıyla yönetirken, bu tür çalışmaların daha anlamlı olacağını düşünüyorum. Beşiktaş GarantiBonus kartı, BURGER KING'i tercih etmemdeki en büyük neden bu mesela. Sergen'in Chelsea maçı için verdiğim örnekteki gibi, hatta az önce Galatasaraylı arkadaşımın da, Fenerbahçeli arkadaşımın da söylediği gibi başarıyla biten sezonlardaki gibi sponsorluklar hala unutulmuyor. Ben hala ö dönem BEKO markasının sponsor olduğunu biliyorum. Çünkü o dönem Sergen YALÇIN'ın formasını özellikle almıştım ve benim için marka hatırlamada önemli derecede etkili".

KF1: "Ben bu konuda ALİ KOÇ ve ekibini tebrik ediyorum. Dediğim gibi daha çok kendi aile şirketlerinin sponsor yapması tartışılabilir ama sonuçta takıma katkı sağlandığı bir gerçek. Farklı sponsorluk anlaşmalarıyla da takıma önemli destekler sağlandığını düşünüyorum. Burada tabi ki ALİ KOÇ'un işletme yönetiminde de deneyimli olması bence önemli bir etken. O açıdan diğer kulüplerinde danışmanlık gibi hizmetlerle bu tür çalışmalara imza atabileceğini düşünüyorum. PARİBU ortaklığı bile bence şüphesiz çok iyi. Kripto para ve dijitalleşmenin öneminin arttığı bu dönemde takıma önemli destek sağlandı, PARİBU da bence önemli derecede bir katılımcı sayısına ulaştı. Bu arada konuştukça aklıma geliyor, yeni gördüm yine yeni bir hizmet alanı olan mobil market alışverişi alanında FenerMarket adıyla İsteGelsin ile yapılan ortaklığın da her iki tarafa önemli katkılar sağlayacağını düşünüyorum".

KG1: "Ben de bu tür sponsorluk anlaşmalarının başarıya bağlı olarak ayrı yürütülmesi, sezonda başarılı olunması, Avrupa maçlarında başarı sağlanması durumunda sponsor markaların kulüplere daha fazla mali destekte bulunması gerektiğini düşünüyorum. UEFA maçlarında hem UEFA kupası hem de Süper Kupa başarıları sonrası Hagi ve Jardel formaları almıştım ve şu an olmasa bile bir dönem TELSİM markasının olduğunu hatırlıyorum. Bu açıdan da hem ekstra forma satışı sağlaması hem de sponsor markanın hatırlama oranını, satışını artırması noktasında önemli olduğunu düşünüyorum. Hem NEF örneğinde söylediğim gibi futbolcu transferlerinde mali sıkıntı yaşanmaması için sponsor markaların transfer sürecinde de yer almasının önemli olabileceğini, o futbolcunun takıma katkı sağlaması durumunda sponsor olunan markanın da desteğinin olduğunu akla getireceği için marka hatırlama ve tercihinde önemli olacağını düşünüyorum."

KT1: "Aslında az önceki sorularda da özetledim gibi. Marka ile uyumlu olacak şekilde sponsorlukların uygulanması, arkadaşların ifade ettiği gibi belki başarı sağlanması durumunda kulübe daha fazla mali destek sağlanması, şehre vefa borcu olarak iş adamlarının bu anlamda destek sağlamasını önemli görüyorum".

SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarında futbol takımına sponsor olan markanın, marka tercihi ve önceden satın alınan markayı değiştirme üzerindeki etkisinin bazı ürün/hizmet gruplarına göre farklılaştığı tespit edilmiştir.

Futbol takımı başarısına bağlı olarak sponsor olan markanın hatırlanma oranının arttığı ve marka tercihi ve marka değiştirme üzerinde daha fazla etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yansıtılan anlam ve duyguların aktarımına bağlı olarak sponsor olan markayı daha çok satın alabilecekleri belirtilmiştir.

Futbol ile yüksek uyumlu sponsorluk algısının o markayı tercih etme ve değiştirme üzerinde daha fazla etkisi olduğu, futbol takımına ek bir destek olması durumunda sponsor olan markayı daha çok tercih etme ve marka değiştirme davranışında bulunabileceği belirlenmiştir.

Başarıya bağlı çağrışımların önemli olduğu, forma göğüs sponsorluklarının daha fazla öne çıktığı ve hatırlandığı, takıma doğrudan destek sağlayan sponsorlukların daha anlamlı bulunduğu ve marka değiştirme davranışında bulundukları, marka farkındalığı aracılığıyla marka tercihine yol açtığı tespit edilmiştir. Bu sonuçtan hareketle, başarıya odaklı sponsorluk anlaşmalarının yapılmasının, taraftarın doğrudan destek sağlayan sponsorlukları daha fazla tercih etmesi nedeniyle kulüp yönetimlerinin bu yönde çalışmalar yürütmesinin önemli olduğu söylenebilir. Spor alanında daha fazla yer alan markaların kullanılması durumunda markalarla daha fazla bağ kurulması beklenmektedir. Yüksek uyumun olduğu sponsorluk anlaşmaları daha hatırlanır, daha fazla marka tercihi ve değiştirmeye yol açacaktır. Başarılı olunan sezona dair önemli kılınacak hatıra ürünleri ürün stratejileri yürütülmesi daha fazla marka tercihine neden olabilir. Bu yönde ürün stratejileri tasarlanabilir ve bu şekilde kulübe daha fazla katkı sağlanabilir.

Sinsi pazarlamaya özellikle dikkat edilmelidir. Futbolcunun kendi sponsorluğunda rakip marka varken aynı alandan başka bir markanın kulübe sponsor olması sonucu basın toplantısı vb. alanlarda her iki markanın görünümüne ya da ön plana çıkmamasına dikkat edilmeli, sponsorluk sözleşmeleri dikkate alınmalıdır.

Gelecek çalışmalar açısından yapılabilecek diğer araştırmalar, taraftarların rakip takımlarla ilişkili firmalara karşı daha az olumlu tutuma sahip olduğunu göstermesi nedeniyle (Grohs, vd., 2015) bu alandaki markalar açısından karşılaştırma yapılabilir.

Keller (2003), sponsorluğun etkisinin en üst düzeye çıkarılması için markaya uygun doğru etkinlik veya destekçi türünü seçmenin önemli olduğunu vurgulamıştır. Bu durum gelecek araştırmalarda, takım ve sponsor marka uyumu üzerine marka tercihi ve değiştirme davranışının ne yönde etkilediğinin incelenmesi yapılabilir.

Boylamsal araştırmalar dahilinde takımların sponsor markalarına yönelik marka bilinirlilik, farkındalık, tercih ve değiştirme davranışları incelenirken, başarılı bir sezon olması durumunda sezon sonu aynı örneklem grubuna çalışmanın tekrarlanmasıyla marka tercih etme ve değiştirme eğilimlerinin, marka bilinirlik ve hatırlama düzeylerinin nasıl değişkenlik gösterdiği incelenebilir.

KAYNAKÇA/REFERENCES

Aaker, D. A. (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.

Aktuğlu, I. K. (2004). *Marka Yönetimi Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler*. İletişim Yayınları.

Alexandris, K., Tsaousi, E., & James, J. (2007). Predicting Sponsorship Outcomes From Attitudinal Constructs: The Case of A Professional Basketball Event. *Sport Marketing Quarterly*, *16*(3), 130–139.

Altunbaş, H. (2008). *Spor Pazarlaması ve İletişim*. Konya: Tablet Yayınları

Argan, M., ve Katırcı, H. (2015). *Spor Pazarlaması*, Ankara Nobel Yayın Dağıtım.

Azadi, R., Yousefi, B., & Eydi, H. (2016). The Impact of The Sponsorshıp In The Sport In Promotıng Brand Equıty of Sportswear Industry, *International Journal of Business and Management*, *4*(2). 19-32.

Becker-Olsen, K.L., & Hill, R.P. (2006). The Impact of Sponsor Fit On Brand Equity. *Journal of Service Research*, *9* (1), 73-83.

Bennett , R. (1999),"Sports Sponsorship, Spectator Recall and False Consensus", European *Journal of Marketing*, *33*(3/4). 291 – 313

Biscaia, R., Correia, A., Rosado, F., Ross, S.D., & Maroco, J. (2013). Sport Sponsorship: The Relationship Between Team Loyalty, Sponsorship Awareness, Attitude Toward The Sponsor, and Purchase Intentions. *Journal of Sport Management*, 27(4), 288-302.

Büyüköztürk, Ş. Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz Ş., Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (11. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Cornwell, T.B., Weeks, C.S., & Roy, D.P. (2005). Sponsorship-Linked Marketing: Opening The Black Box, *Journal of Advertising*. *34*(2), 21-42.

Cornwell, T. B. (2008). State of The Art And Science in Sponsorship-Linked Marketing. *Journal of Advertising*, *37* (Fall), 41-55.

Çavuşoğlu, S. B. (2011). *Türkiye'de Spor Sponsorluğu Çalışmaları Kapsamında Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş Spor Kulüplerinin Futbol Takımlarının Ana Sponsorluklarının Bilinirliği Üzerine Bir Araştırma*. (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.

Dalakas, V. & Kropp, F. (2002). Attitudes Toward Purchasing From Sponsors: A Crosscultural Perspective. *Journal of Euromarketing*, *12* (1), 19-39.

DeGaris, L., Kwak, D.H., & McDaniel, S.R. (2016). *Beyond the Sponsor Recall and Recognition: The Role of Sponsorship-Linked Communications on Creating Brand Attitude and Purchase Intention.* M.W. Obal et al. (eds.), Let's Get Engaged! Crossing the Threshold of Marketing's Engagement Era, Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science.

Deniz, E. (2019). Spor Sponsorluğu ile Marka İmajı ve Marka Değeri Arasındaki İlişki: Nicel Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, *8* (3), 2203-2228.

Dumanlı Kürkçü, D. (2015). Sponsorluğun Marka Değeri Üzerine Etkisi, *Yıldız Journal of Art and Design*, *2*(1). 1-18.

Ferrand, A., Torrigiani, L., & Povill, A. C. (2007). Routledge Handbook of Sports Sponsorship (Trs. Pierre-François Lalonde, Elizabeth Christopherson). New York: Routledge

Grohs, R., Reisinger, H., & Woisetschlaeger, D.M. (2015). Attenuation of Negative Sponsorship Effects in The Context of Rival Sport Teams' Fans. *European Journal of Marketing*, *49*(11/12), 1880-1901.

Gwinner, K. & Swanson, S. R. (2003). A Model of Fan Identification: Antecedents and Sponsorship Outcomes. *Journal of Services Marketing*, *17*(3), 275-294.

Keller, K.L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*, 3. edt, Pearson Prentice Hall: New Jersey.

Hellier, P.K., Geursen, G.M., Carr, R.A., & Rickard, J.A. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, *37*(11/12), 1762–1800.

Irwin, R. L., Lachowetz, T., Cornwell, T. B. & Clark, J. S. (2003). Cause-Related Sport Sponsorship: An Assessment of Spectator Beliefs, Attitudes, and Behavioral Intentions. *Sport Marketing Quarterly*, *12*(3), 131-139.

İnan, T.T. (2011). *Sporda Sponsorluk ve Türk Hava Yolları Üzerine Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bahçeşehir Üniversitesi

Jallah, G., Donovan, R. J., Giles-Corti, B., & Holman, C. D. J. (2002). Sponsorship: Impact on Brand Awareness and Brand Attitudes, *SMQ, 3*(1). 35-45.

Keller, K. L. (1998), *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Keskin, F., ve Dölarslan, E. Ş. (2020). Sponsor Ürünleri Satın Alma Niyeti Oluşumunda Yıldız Sporcu Marka İmajı ve Taraftar Kimliğinin Etkisi, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, *3*, 413-442.

Kim, Y.K., Ko, Y.J., & James, J. (2011). The Impact of Relationship Quality on Attitude Toward A Sponsor. *Journal of Business & Industrial Marketing, 26*(8), 566-576.

Levin A.M., Beasley, F., & Gambley, T. (2004). Brand Loyalty of NASCAR Fans Towards Sponsors: The Impact of Fan Identification. *International Journal of Sport Marketing & Sponsorship, 6*(1), 11-25.

Madrigal, R. (2001). Social Identity Effects in A Belief-Attitude-Intentions Hierarchy: Implications For Corporate Sponsorship. *Psychology and Marketing, 18*(2), 145-165

Meenaghan, T. (2001). Sponsorship and Advertising: A Comparison of Consumer Perceptions. *Psychology and Marketing, 18*(2), 191-215

Ngan, H. M., Prendergast, G. P. & Tsang, A. S. (2011). Linking Sports Sponsorship With Purchase Intentions: Team Performance, Stars, And The Moderating Role Of Team Identification. *European Journal of Marketing, 45*(4),551-566

Parganas, P., Papadimitriou, D., Anagnostopoulos, C., & Theodoropoulos, A. (2017). Linking Sport Team Sponsorship to Perceived Switching Cost and Switching Intentions, *Eurpean Sport Management Quarterly*, *17*(4). 457-484.

Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (M. Bütün ve S. B. Demir, çev.). Ankara: Pegem Akademi

Sharma, A., & Sharma, R. R. K. (2018). Culture and Consumer Brand Switching: Moderating Role of Consumer Involvement and Service Value. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, March 6-8, Bandung, Indonesia.

Shilbury, D., Westerbeek, H., Quick, S., & Funk, D. (2009). *Strategic Sport Marketing*, (3 rd Ed.), Australia: Allen & Unwin

Sirgy, M. J., Lee, D-J., Johar, J. S., & Tidwell, J. (2008). Effect of Self-Congruity with Sponsorship On Brand Loyalty. *Journal of Business Research, 61*, 1091-1097.

Soyer, F. (2003), *Sporda Sponsorluk: Kavram, Kapsam ve Bir Araştırma,* Gazi Kitapevi Yayınları, Ankara.

Speed, R., & Thompson, P. (2000). Determinants of Sports Sponsorship Response, *Journal of the Academy of Marketing Science*, *28* (2), 226-238.

Tapp, A., & Clowes, J. (2002). From "Carefree Casuals" To "Professional Wanderers. European *Journal of Marketing*, *36*(11/12), 1248-1269.

Taşdemir, E. (2001). Hedef Kitleye Ulaşmada Etkili Bir Araç: Sponsorluk. *Selçuk İletişim, 2*(1), 97-106.

Taşkın, E., ve Kosat, A. (2016). Tüketicilerdeki Spor Sponsorluğu Algısının Marka Değeri Üzerine Etkisi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* / Afro-Avrasya Özel Sayısı. 1-17.

Tokmak, G ve Aksoy, R. (2016). Futbol Taraftarlarının Takımın Forma Spornsor Markasına Olan Satın Alma Niyetlerini Etkileyen Faktörlerin Lojistik Regresyon Analizi ile Tespit Edilmesi, *İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 6*(2). 75-90.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

OKUMA ÇEMBERİ FAALİYETİNE İLİŞKİN ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİ[51]

Dilek KIRNIK [52] Ramazan ÖZKUL[53]

Öz

Seçilen bir metnin ya da bir kitabın gönüllü olarak farklı sorumluk alanlarında okuması, okunanların araştırılması ve okuma sürecinden elde edilen deneyimlerin paylaşması gibi esaslara dayanan okuma çemberi, temelde küçük grup çalışmasıdır. İlimizde okuma kültürünü yaygınlaştırmak, okuma zevkini geliştirmek ve eğitimciler arasında okuma etkinliklerini arttırmak için Malatya Milli Eğitim Müdürlüğü tarafından 2 ay boyunca okuma çemberi faaliyeti yürütülmüştür. Faaliyet kapsamında çeşitli branşlarda çalışan öğretmenlerle ortak bir kitap belirlenmiş, farklı sorumluluk alanlarına (ilişki kurucu, sorgulayıcı, bölüm/ paragraf uzmanı, çizer, özetleyici, araştırmacı, kelime dâhisi) özgü okumalar yapılmış ve sonrasında okuma deneyimleri büyük grup önünde paylaşılmıştır. Online yapılan kitap çemberi sürecinde farklı oturumlar düzenlenmiştir. Bu çalışmanın amacı, okuma çemberi faaliyetine ilişkin öğretmen görüşlerini tespit etmektir. Araştırma nitel araştırma yöntemi durum çalışmasına göre desenlenmiştir. Çalışmanın araştırma grubu amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu kapsamda "Okuma çemberi faaliyetine katılma, araştırmaya gönüllü olma, öğretmen olma" kriterleri göz önüne alınarak toplam 14 öğretmen araştırmaya katılmıştır. Yapılandırılmış görüşme ile toplanan veriler içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırma verilerine göre öğretmenler kitap belirleme süreci, online oturumları yönetme durumu ve işbirliğine dayalı okuma deneyimi oluşturma yaklaşımından memnun olurken katılımcıların faaliyetlere devam etme durumu, verilen sorumlulukların yerine getirilme düzeyi ve iş/zaman takvimine göre faaliyetin yürütülmesi sürecinden memnun olmadıkları ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Okuma Çemberi, Öğretmen, Okuma Kültürü, Nitel Araştırma.

[51] Tam metin yazımı yazar etki oranı: 1.yazar: %50, 2. yazar: %50.

[52] Dr., Malatya Milli Eğitim Müdürlüğü, Öğretmen, dlkkrnk@gmail.com Orcid: 0000-0002-7261-7259

[3] Dr., Malatya Milli Eğitim Müdürlüğü, Öğretmen, ramazan-sefidetrak@hotmail.com Orcid: 0000-0001-9757-6062.

TEACHER'S OPINIONS ON THE READING CIRCLE ACTIVITY

Abstract

Reading circle, which is based on principles such as voluntarily reading a selected text or a book in different areas of responsibility, researching what is read and sharing the experiences gained from the reading process, is basically a small group work. A reading circle activity was carried out for 2 months by the Malatya Directorate of National Education in order to spread the reading culture in our city, to improve the reading pleasure and to increase reading activities among educators. Within the scope of the activity, a joint book was determined with teachers working in various branches, readings specific to different areas of responsibility (relationship builder, interrogator, chapter/paragraph specialist, illustrator, summariser, researcher, word genius) were made, and then reading experiences were shared in front of the large group. Different sessions were held during the online book circle process. The aim of this study is to determine the opinions of teachers about the reading circle activity. The research was designed according to the qualitative research method case study. The research group of the study was determined by purposive sampling method. In this context, a total of 14 teachers participated in the research, considering the criteria of "participating in the reading circle activity, volunteering for the research, being a teacher". The data collected through structured interview were evaluated with content analysis. According to the research data, while the teachers were satisfied with the process of determining the book, managing the online sessions and creating a collaborative reading experience, they stated that they were not satisfied with the participants' attendance to the activities, the level of fulfillment of the given responsibilities and the execution of the activity according to the work/time schedule.

Keywords: Reading Circle, Teacher, Reading Culture, Qualitative Research.

GİRİŞ

Bireylere okuma alışkanlığı kazandırmada önemli bir etkisi olan okuma çemberi, okurların kendi seçtikleri kitapları belirli aralıklarla bir araya gelerek okuyup sonrasında okunan bölümle ilgili tartışma yaptıkları bir uygulamadır. Temel amacı bireylerde okuma kültürünü geliştirmek, okumayı sevdirmek ve bireylerin okuduğunu anlama becerilerini arttırmak olan bu uygulamada esas olan bireylerin okuyacağı dokümanı kendi seçmeleri ve işbirliğine dayalı olarak grupla çalışmalarıdır (Chiang, Huang, 2005; Pitton, 2005; Mizerka, 1999).

Bireysel okuma sonrasında işbirlikçi paylaşım esasına dayanan okuma sürecinde, elde edilen kazanımların tüm katılımcılarla paylaşılması deneyimlerin zenginleşmesini sağlamaktadır. Kitap okuma aşaması bittikten sonra grupla belli roller ışığında ortak bir ürün ortaya konmak verimli bir çalışmadır. En fazla 6 kişinin katılabileceği küçük grupların yoğun iletişim kurarak kitaba dair farklı tespitler yapmaları okuma çemberinin işbirliğine dayalı öğretim tekniği olduğunu kanıtlamaktadır (Tracey ve Morrow, 2006).

Okuma çemberinin farklı yaş gruplarında uygulama esasları değişmekle birlikte genellikle aşağıdaki uygulama adımları takip edilmektedir (Moeller ve Moeller, 2007; Daniels, 2002):

- Okuyucu okuyacağı kitabı kendi iradesiyle seçer.
- Okuyucu belli rollerle kitapları okur.
- Her okumada farklı kitaplar farklı rollerle ele alınır.
- Belli bir faaliyet planı uygun bir zaman takvimine göre uygulanır.
- Okuma sonrası roller kendi arasında küçük gruplarla işbirliği çalışması yürütür.
- Moderatör/ Öğretmen sadece rehberlik ve yönlendirme çalışmalarını yürütür.
- Okuma ve küçük grup etkinliği sonrasında okuma deneyimleri büyük grupla paylaşılır.
- Yeni kitaplar seçilerek yeni bir okuma döngüsü oluşturulur.

Okuma çemberi uygulamasında bireylerin, kitabı derinlemesine okumaları, okurken notlar almaları, sürece aktif olarak katılmaları ve ürün ortaya koymaları istenmektedir. Bu beklentilerin gerçekleştirilmesi roller ile sağlanmaktadır. Kitap okumada farklı roller bulunmaktadır. Avcı, Yüksel ve Akıncı'ya (2020) göre; sorgulayıcı, bölüm uzmanı, bağ kurucu, sanatçı, özetleyici, araştırmacı, sahne düzenleyici, sözcük avcısı, karakter ustası, gözlemci, film eleştirmeni vb. roller bulunmaktadır. Bu kadar farklı roller olmasına rağmen hangi alanda ve hangi yaş grubu ile yapılırsa yapılsın olması zorunlu olan roller bulunmaktadır. Bu kapsamda Daniels'e (2002) göre sorgulayıcı, bölüm lideri, bağ kurucu ve sanatçı rolleri olması zorunludur.

Okuma çemberinde katılımcılar belirli aralıklarla bir araya gelmektedirler. Bu sayede her rolde, farklı öğrenme özellikleri olan bireyler arasında bağ kurulmaktadır. Farklı ilgilere yönelik çeşitli kitap türlerinin ele alındığı çalışmanın akranlar arası öğrenme, etkili iletişim kurma, kitap okumanın bir alışkanlık haline gelmesi ve etkili bir öğrenme ortamının oluşması açısından birçok faydası ulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı online yapılan okuma çemberi faaliyetine ilişkin öğretmen görüşlerini tespit etmektir. Alanda

aktif çalışan çeşitli branştan öğretmenlerle yapılan bu çalışmanın verileri, farklı tür ve kademelerdeki okullarda okuma çalışmanın yaygınlaşması açısından önemlidir.

YÖNTEM

Araştırma, nitel araştırma yöntemi durum çalışmasına göre desenlemiştir. Çalışmanın araştırma grubu amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu kapsamda "Okuma çemberi faaliyetine katılma, araştırmaya gönüllü olma, öğretmen olma" kriterleri göz önüne alınarak toplam 14 öğretmen araştırmaya katılmıştır. Yapılandırılmış görüşme ile toplanan veriler içerik analizi ile değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Özellikleri

Katılımcılar	Branş	Cinsiyet	Mesleki Yıl
K1	Matematik Öğretmeni	E	14
K2	Matematik Öğretmeni	E	13
K3	Bilişim Teknolojileri Öğretmeni	E	11
K4	Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmeni	K	22
K5	Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmeni	E	24
K6	Beden Eğitimi Öğretmeni	K	5
K7	Sınıf Öğretmeni	K	24
K8	Sınıf Öğretmeni	K	21
K9	Sınıf Öğretmeni	E	15
K10	İngilizce Öğretmeni	K	9
K11	Görsel Sanatlar Öğretmeni	K	7
K12	Rehberlik Öğretmeni	E	11
K13	Türkçe Öğretmeni	K	12
K14	Türkçe Öğretmeni	K	16

Tablo 1'de araştırmada yer alan katılımcılarının özellikleri verilmiştir. Tablo verilerine göre farklı branşlarda, 24 ile 5 yıl arasında mesleki deneyimleri değişen, 6 erkek ve 8 kadın olmak üzere toplam 14 öğretmen araştırmanın çalışma grubunu oluşturmuştur.

BULGULAR ve YORUM

Tablo 2. Okuma Çemberinde Yer Alması Gereken Temalara İlişkin Öğretmen Görüşleri

Temalar	Katılımcılar	f	%
Doğa/Çevre	K1, K4, K5, K6, K7, K11, K12, K14	8	15,1
Sanat	K1, K3, K6, K7, K9, K10, K11, K13	8	15,1
İletişim	K1, K6, K7, K9, K10, K12, K14	7	13,2
İnsan/Birey	K6, K8, K9, K10, K13	5	9,5
Öğretmen/Eğitim	K1, K4, K6, K11	4	7,5
Cesaret/ Merak	K2, K3, K5, K7	4	7,5
Tarih/Geçmiş	K4, K6, K8, K11	4	7,5
Ayrımcılık (Engelli Olma, Irk, Dil, Mülteci Vb.)	K11, K13, K14	3	5,6
Zaman	K7, K8, K12	3	5,6
Hayvan Sevgisi	K10, K12, K13	3	5,6
Değişim	K4, K9	2	3,9
Mutfak/Yemek	K5, K11	2	3,9
Toplam		53	100

Tablo 2'de okuma çemberinde yer alması gereken temalara ilişkin öğretmen görüşlerine yer verilmiştir. Tablo verilerine göre öğretmenler sırasıyla; doğa/çevre (f=8), sanat (f=8), iletişim (f=7), insan/birey (f=5) temalarında okumalar yapmak istemektedirler. Öğretmenler bu temaları; çağın gerekleri olarak düşünmeleri, zevklerine uygun olması,

disiplinler arasında ilişki kurmak istemeleri ve merak etmeleri gibi nedenlerle tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu konuda öğretmen görüşlerinden bazıları şunlardır:

K5:Memleketimde de yemek ve mutfak önemlidir. Ailemde de çok önemli bir yere sahiptir. Ben de damak zevkime düşkünüm. O nedenle mutfak konusunda okumaları seviyorum. Mesela Osmanlıda mutfak kültürü, baharatların tarihi hep ilgi alanım olmuştur. ...

K6: *Aslında hepimiz öğretmeniz. Bütün okumalarımız öğretmenlik eğitimi üzerine olmalı ama kişisel olarak tarih ve sanat konuları da çok dikkatimi çekmektedir. Bu alandaki yazılmış kitapları, bu alandaki söyleşileri, bu alandaki yapılan tüm çalışmaları takip etmeyi seviyorum. Bunlar dışında okuyacağım kitapta insan temelli, iletişim ağırlıklı kurgular olsun isterim. ...*

Tablo 3. Okuma Çemberinin Olumlu Yönlerine İlişkin Öğretmen Görüşleri

Görüşler	Katılımcılar	f	%
Kitap belirleme süreci	K2, K3, K5, K6, K8, K9, K10, K13, K14	9	18,3
Okuma deneyimi oluşturma/ paylaşma yaklaşımı	K1, K4, K6, K7, K9, K10, K12, K14	8	16,3
İşbirliği çalışmalarını arttırması	K3, K4, K7, K8, K9 K11, K12	7	14,2
Çevrimiçi oturumları yönetme durumu	K3, K5, K6, K8, K11, K13, K14	7	14,2
Bir konuya farklı bakış açılarını sunması	K1, K3, K4, K6, K7, K8,	6	12,2
Çok yönlü sanatsal gelişim sağlanması	K1, K2, K5, K12, K13	5	10,2
Proje tanıtım notları hazırlanarak içeriğin tanıtılması	K5, K9, K10, K12,	4	8,2
Farklı duyguları bir arada yaşatması	K9, K11, K14	3	6,4
Toplam		49	100

Tablo 3'te okuma çemberinin olumlu yönlerine ilişkin öğretmen görüşlerine yer verilmiştir. Öğretmenler okuma çemberinin uygulanmasında kitap belirleme sürecini (f=9), okuma deneyimi oluşturma/paylaşma yaklaşımını (f=8), işbirliği çalışmalarının artmasını (f=7), çevrimiçi oturumları yönetme durumunu (f=7) olumlu görmüşlerdir. Bu konuda öğretmen görüşlerinden bazıları şunlardır:

K8: Okuma çemberinin olumlu yönü çok ama benim için öncelikli söyleyeceğim şey okuyacağımız kitabı demokratik usullerle belirlemiş olmamızdır. Bu çok güzel. Herkesin bir kitap önermesi ve seçilen kitaba oy çokluğu ile karar verilmesi, süreci sahiplenmemi sağladı. ...

K11: *İlk aklıma gelen moderatörlük durumuydu. Bence herkesin konuşması, sürenin iyi yönetilmesi ve program faaliyetlerinin tam yapılması açısından online okuma süreci iyi yönetildi. ...*

Tablo 4. Okuma Çemberinin Gelişime Açık Yönlerine İlişkin Öğretmen Görüşleri

Görüşler	Katılımcılar	f	%
Katılımcıların faaliyetlere devam etme durumu	K1, K2, K4, K5, K7, K8, K9, K11, K12, K13, K14	11	34,3
İş/zaman takvimine uyumlu olarak faaliyetin yürütülememesi	K1, K3, K5, K6, K10, K11, K14	7	21,8
Verilen sorumlulukların yerine getirilme düzeyinin düşük olması	K1, K4, K5, K8, K9,	5	15,6
Tartışma gruplarında faklı düşüncelerin işlevsel olarak ele alınamaması	K6, K7, K2, K3, K14	5	15,6
Okuma gruplarının ve rollerinin seçimi	K10, K11, K12, K13	4	12,7
Toplam		32	87,3

Tablo 4'te okuma çemberinin gelişime açık yönlerine ilişkin öğretmen görüşlerine yer verilmiştir. Öğretmenler; katılımcıların faaliyetlere devam etme durumu (f=11), iş/zaman

takvimine uyumlu olarak faaliyetin yürütülememesi (f=7), verilen sorumlulukların yerine getirilme düzeyinin düşük olması (f=5), tartışma gruplarında faklı düşüncelerin işlevsel olarak ele alınamaması (f=5) açılarından okuma çemberi faaliyetinin gelişime açık (zayıf) yönlerinin bulunduğunu belirtmişlerdir. Bu konuda öğretmen görüşlerinden bazıları şunlardır:

K10: *Bu çalışma çok yararlı ama ben seçtiğim rolümden çok memnun değildim. Ben İngilizce öğretmeniyim. Sorgulayıcı ya da bağ kurucu olmak istedim ama sanatçı rolünü seçmek zorunda kaldım. Farklı ve eğlenceli bir deneyim yaşadım doğru ama daha çeşitli roller olmalı ve belli bir süreçten sonra bu roller değiştirilmelidir.*

K13: *Bu faaliyetler bence faydalı. Hatta öğrencilerime de uygulayacağım ama eksik yönleri de vardı. Özellikle öğretmen arkadaşların aralıklarla bu faaliyete katılmamaları kopukluğa sebep oluyordu. Saatleri ve tarihleri beraber seçmemize rağmen arkadaşların devamsızlığı motivasyonumu etkiliyordu hatta bazen sinirlendiğimi de itiraf etmeliyim.*

Tablo 5. Okuma Çemberine Yönelik Öğretmenden Gelen Öneriler

Öneriler	Katılımcılar	f	%
Okuma çemberine farklı roller eklenmelidir.	K7, K9, K10, K11	4	44,5
Okunan kitapların eğitime ve eğitimciye yansımaları ele alınmalıdır.	K1, K4, K5	3	33,4
Tarihler ve oturum süreleri daha etkili planlanmalıdır. Tatillerde oturum yapılmamalıdır	K2, K13, K14	2	22,1
Toplam		9	100

Tablo 5'te okuma çemberine yönelik öğretmenden gelen öneriler yer almaktadır. Tablo verilerine göre öğretmenler; okuma çemberine farklı roller eklenmesini (f=4), okunan kitapların eğitime ve eğitimciye yansımalarının ele alınmasını (f=3), tarihler ve oturum süreleri daha etkili planlanması özellikle tatillerde planlama yapılmamasını (f=2) önermişlerdir. Bu konuda öğretmen görüşlerinden bazıları şunlardır:

K7: … *Okuma çemberi çok eğitici ve zevkli bir çalışmaydı. Bu çalışmaya şair, senalist, fotoğrafçı, şarkıcı vb. birçok rol eklenebilir. İnanın bana çok daha eğlenceli olur.*

K14: *Bir önerim yok ama şunu ekleyebilirim. Okuma projesi kapsamındaki çevrimiçi oturumlar tatil günlerinde yapılmasın. Ailemizle farklı planlamalar yapıyoruz. Proje planlaması olunca ya proje ya da aile etkinliğinden birini ertelemek zorunda kalıyoruz ya da ikisine de katılıp bir şey anlayamıyoruz.*

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Okuma alışkanlığını kazandırmada, okuduğunu anlamada, okuma zevki kazandırmada ve sorgulayıcı (eleştirel) okumada önemli bir yeri olan okuma çemberi, dil becerilerini kazandırmanın yanında sosyal iletişimi de arttırmıştır. Bireysel ve grupla okumada olumlu katkıları olan bu çalışma farklı seviye gruplarında uygulanabilir. Öğretmenlerle uygulanan bu çalışmada şu sonuçlar elde edilmiştir:

Araştırmaya farklı branşlardan katılan 14 öğretmen okuma çemberinde, doğa/çevre, sanat ve iletişim konularında temalar olmasını talep etmektedir. Farklı sebeplerle bu temaları seçen öğretmenler özellikle bu zamanda bu konuları ele alınmasını önemli görmeleri, bireysel olarak okuma zevklerine uygun olması, eğitim ile farklı disiplinler arasında ilişki kurmak istemeleri ve kişisel merakları olmaları gibi nedenleri belirtmişlerdir.

Öğretmenler okuma çemberini; kitap belirleme süreci, işbirliğine dayalı okuma deneyimi oluşturma yaklaşımı, işbirliği çalışmalarını arttırması açılarından olumlu görmüşlerdir. Daniels (2002) okuma çemberi sürecinde okuyucuya seçme özgürlüğünün tanınması okumanın etki düzeyini arttıracağını ifade etmiştir. Bununla birlikte bireylerin tartışmalarına ve birbirleriyle iletişim kurmalarında serbestlik sağlandığında yapılan çalışmanın daha verimli olacağını da belirtmiştir. Katılımcılar da bu yönde fikir beyan etmişlerdir. Sarı, Kurtuluş, Yücel-Toy (2017) belli özgürlük alanları tanınarak yapılan okuma çemberi faaliyetinin bireylerin anlama becerilerini geliştirdiğini tespit etmiştir.

Öğretmenler çalışmanın gelişime açık yönleri olarak; katılımcıların faaliyetlere devam etme durumu, iş/zaman takvimine uyumlu olarak faaliyetin yürütülememesi, verilen sorumlulukların yerine getirilme düzeyi, tartışma gruplarında faklı düşüncelerin işlevsel olarak ele alınamamasını ifade etmişlerdir. Literatüre bakıldığında okuma çalışmalarına katılan bireylerin faaliyet sonunda başarılı olduğunu fark ettiklerinde öğrencilerin özgüvenlerinin arttığı (Culli, 2002; Olsen, 2007), faaliyete katılmayan öğrencilerde bu etkilerin daha az görüldüğü ifade edilmiştir. Bu kapsamda bireylerin faaliyete katılmaları bu çalışma açısından önemlidir.

Öğretmenler okuma çemberi faaliyetinin niteliğinin artmasına yönelik; okuma çemberine farklı roller eklenmesi, okunan kitapların eğitime ve eğitimciye yansımalarının ele alınması, tarihler ve oturum sürelerinin daha etkili planlanması gibi öneriler sunmuşlardır. Alwood'a (2000) göre bireyler; iletişim kurmayı, grup önünde konuşmayı, duygularını ve fikrini ifade etmeyi, grupla-ekiple çalışarak sosyal yönünü geliştirmeyi okuma çemberi

ile yapabilmektedir. Bu açıdan faklı roller verilemesi katılımcıların çok yönlü gelişimini daha da arttıracaktır.

KAYNAKÇA / REFERENCES

Alwood, C. S. (2000). Exploring the role of the teacher in student-led literature circles. Report. *ERIC* Document no: ED442748.

Avcı, S., Yüksel, A. ve Akıncı, T. (2010). Okuma alışkanlığı kazandırmada etkili bir yöntem: Okuma çemberi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 32, 5-24.

Chiang, M., Huang C. (2005). *The Effectiveness of literature circles in EFL setting: A classroom investigation.* The Proceedings of 2005 International Conference and Workshop on TEFL & Applied Linguistics, Taipei, Crane Publishing Co, LTD

Culli, L. M. (2002). *Investigation of literature circles in the middle school language art classroom.* Unpublished master's thesis Chapman University.

Daniels H. (2002). *Literature circles: Voice and choice in book clubs and reading groups.* 2.Bsk. Maine: Stenhouse Publishers.

Mizerka, P. M. (1999). *The impact of teacher directed literature circles versus studentdirected literature circles on reading comprehension at the sixth-grade level*. Unpublished Doctoral Dissertation: University of Illinois

Moeller V.J., Moeller M.V. (2007). *Literature circles that engage middle and high school students*. Larcmont, NY: Eye On Education.

Olsen, A. S. W. (2007). *Literature circles and ninth grade students: A student-centered approach to reading.* Unpublished masters' thesis, Southwest Minnesota State University.

Pitton, D. E. (2005). *Lit circles, collaboration and student interest.* Academic Exchange Quartely, 9(4), 84-90.

Sarı, T., Kurtuluş, E., & Yücel Toy, B. (2017). Okuma çemberi yönteminin ortaokul 7. sınıf öğrencilerinin okuma-anlama becerilerine etkisinin incelenmesi. *Journal of Educational Research*, 2(2), 74-88. doi: 10.51280/yjer.2017.011

Tracey, D., Morrow, L.M. (2006). Lenses on reading: An introduction to theories and models. New York, NY: Guilford Press. http://www.webersarmy.com/literature_ circle_resources.htm

Uluslararası Sosyal Bilimler
ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu
International Symposium on Social Sciences
and Educational Sciences

SALGIN SÜRECİNDE TÜRK CUMHURİYETLERİNDEN TÜRKİYE'YE GELEN ÖĞRENCİLERİN DERSLERE YÖNELİK GÖRÜŞLERİ[54]

Ramazan ÖZKUL[55] Dilek KIRNIK[56]

Öz

Bu çalışmanın amacı Türk Cumhuriyetlerinden Türkiye'ye gelen öğrencilerin salgın döneminde Türkiye'de uygulanan uzaktan eğitim uygulamaları sonrasında derslere yönelik tutumları ve ilgi alanlarının belirlenmesine ilişkin görüşlerini tespit etmektir. Araştırma, nitel araştırma yöntemi durum çalışmasına göre desenlenmiştir. Çalışmanın araştırma grubu amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu kapsamda "Türk Cumhuriyetleri vatandaşı olma, araştırmaya gönüllü olma ve uzaktan eğitim deneyimi olma" gibi kriterlerini taşıyan farklı tür ve düzeylerdeki eğitim kurumlarında öğrenim gören toplam 17 öğrenci araştırmaya katılmıştır. Öğrencilerin 8'i Azerbaycan, 4'ü Özbekistan, 1'i Kırgızistan, 4'ü Türkmenistan uyrukludur. Yaşları 8 ile 17 arasında değişen öğrencilerin 9'u erkek ve 8'i kızdır. Yarı yapılandırılmış görüşme ile toplanan veriler betimsel analiz ile değerlendirilmiştir. Araştırma verilerine göre öğrenciler sırasıyla Matematik, Türkçe, İngilizce, Fen Bilimleri gibi temel derslere olumlu tutum geliştirirken Sosyal Bilgiler, Fizik ve Beden Eğitimi derslerine olumsuz tutum geliştirmişlerdir. Öğrenciler sevdiği, kolay bulduğu, önemli gördüğü ve günlük hayatta sık uygulandığı derslere karşı olumlu tutum geliştirirken içeriğini kısa zamanda unuttuğu, zor bulduğu ve anlayamadığı derslere olumsuz tutum geliştirmektedir.Öğrencilerin; müzik (enstrüman çalmak/ şarkı söylemek), görsel sanatlar, dans, sportif çalışmalar gibi alanlara özgü ilgileri bulunmakta ve bu konularda farklı çalışmalar yürütmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Türk Cumhuriyeti, Öğrenci, Ders Tutumları, Nitel Araştırma

OPINIONS OF STUDENTSFROMTURKISHREPUBLICDURINGTHEEPIDEMIC ON THE COURSES TITLE

Abstract

The aim of this study is to determine the views of the students who came to Turkey from the Turkic Republics on the determination of their attitudes and interests towards the lessons after the distance education practices applied in Turkey during the epidemic period.

[54] Tam metin yazımı yazar etki oranı: 1.yazar: %50, 2. yazar: %50.

[55] Dr.,Malatya Milli Eğitim Müdürlüğü, Öğretmen, ramazan-sefidetrak@hotmail.com, Orcid: 0000-0001-9757-6062
[56] Dr., Malatya Milli Eğitim Müdürlüğü, Öğretmen, dlkkrnk@gmail.com, Orcid: 0000-0002-7261-7259

The research was designed according to the qualitative research method case study. The research group of the study was determined by purposive sampling method. In this context, a total of 17 students studying in educational institutions of different types and levels, meeting the criteria of "being a citizen of the Turkic Republics, volunteering for research and having experience in distance education", participated in the research. 8 of the students are from Azerbaijan, 4 from Uzbekistan, 1 from Kyrgyzstan and 4 from Turkmenistan. 9 of the students aged between 8 and 17 are boys and 8 are girls. The data collected by semi-structured interview were evaluated with descriptive analysis. According to the research data, while the students developed positive attitudes towards basic courses such as Mathematics, Turkish, English, and Science, respectively, they developed negative attitudes towards Social Studies, Physics and Physical Education courses. While the students develop a positive attitude towards the lessons that they like, find easy, important and frequently applied in daily life, they develop a negative attitude towards the lessons that they forget in a short time, find difficult and cannot understand. Students; They have specific interests in music (playing an instrument/singing), visual arts, dance, sports activities and they carry out different studies on these subjects.

Keywords: Turkish Republic, Student, Course Attitudes, Qualitative Research

GİRİŞ

Salgın sürecinde uzaktan eğitimin başarısı büyük ölçüde öğrenenin bu ortamlara yönelik tutum ve yaklaşımları ile ilgilidir (Usta, Uysal ve Okur, 2016). Uzaktan eğitim ve teknolojilerine karşı öğrencilerin geliştirdikleri tutum, öğrenci öğrenmesi ile doğrudan ilişkilendirilebilir. Olumsuz tutum sergileyen öğrenenlerin ortama alışma ve başarı düzeyleri ile ilişkili düşünülebilir (Birişçi, Metin ve Demiryürek, 2011). Bu açıdan bakıldığı zaman özellikle Türk Cumhuriyetlerden gelen öğrencilerin uzaktan eğitim ortamlarına yönelik tutumlarını ve uzaktan eğitimdeki derslere ilişkin görüşlerini belirlemek için öğrencilerin neler düşündüklerini ve hissettiklerini bilmek önemli görülmektedir.

Genel olarak tutumlar, insanlara, yerlere veya fikirlere olumlu veya olumsuz tepki verme eğilimi olarak tanımlanır. Tutum, duyuşsal, bilişsel ve davranışsal bileşenleri içerir (Simpson ve Oliver, 1995) Bilime yönelik tutumlar, bir kişinin bilimi sevip sevmediğini veya "bilim hakkında olumlu ya da olumsuz bir duyguya" sahip olup olmadığını ifade eder (Koballa ve Crawley, 1985). Araştırmacılar tarafından bilime yönelik tutumlar; bilime ve bilim adamlarına yönelik tutumlar, okul bilimine yönelik tutumlar, bilim öğrenme deneyimlerinden zevk alma, bilime ve bilimle ilgili faaliyetlere ilgi ve bilim

veya bilimle ilgili işlerde kariyer yapma niyetleri şeklinde ifade edilmiştir (Tytler&Osborne, 2012). Bu duruma örnek olarak, Shrigley ve diğ., (1988) ve Osborne, Simon ve Collins (2003) araştırmalarında öğrencilerin fen konularındaki başarıları ile fen bilimlerine yönelik olumlu tutumlar arasındaki pozitif ilişkileri doğrulamaktadır. Olumlu tutuma sahip öğrenciler, sınıf öğretimine daha fazla ilgi gösterirler ve fen etkinliklerine daha fazla katılırlar. Ayrıca,fen bilimlerinde öğrenci ilgisi ve tutumlarına odaklanma, bu duyuşsal değişkenler ile üniversite öncesi öğrencilerin öğrenmeleri ve başarıları arasındaki iyi kurulmuş ilişkiden kaynaklanmaktadır (Ainley, Hidi ve Berndorff, 2002; Hidi, 1990; Tobias, 1994).

Olumlu tutum, kişisel destek (öğretmenler ve aile), çeşitli öğretim stratejileri ve yenilikçi öğrenme etkinliklerinin kullanılması ve öğrenci merkezli öğretim tasarımı yoluyla geliştirilir (Jarvis ve Pell 2005). Lovelace ve Brickman (2013) tutum ve öğrenci motivasyonu üzerine, öğrencilerin derslere ilişkin algılarının ve öğrenmeye yönelik tutumlarında önemli bir rol oynadığını gösteren birkaç araştırmayı incelemiştir. Motivasyonun başarı üzerinde yüksek ve doğrudan etkisi vardır ve bazı derslerde öğrencilerin tutumları başarının nicel yetenekten daha iyi bir yordayıcısıdır" şeklinde ifade etmiştir.

Öğrencilerin derslere karşı geliştirmiş oldukları tutumlarında önemli rollerden biri öğretmenlerdir. Öğretmenler farklı öğretim stratejileri kullanarak öğrencilere eğitim vermede ve öğrencilerin öğrenmeye karşı olumlu tutumlarını şekillendirmede temel rol oynarlar. Bu çalışmanın amacı Türk Cumhuriyetlerinden Türkiye'ye gelen öğrencilerin salgın döneminde Türkiye'de uygulanan uzaktan eğitim uygulamaları sonrasında derslere yönelik tutumları ve ilgi alanlarının belirlenmesine ilişkin görüşlerini tespit etmektir. Bu kapsamda öğrencilere uzaktan eğitim uygulamalarında derslere yönelik görüşleri ve uzaktan eğitim uygulamaları sürecindeki ilgi alanları ile ilgili sorular sorulmuştur.

YÖNTEM

Araştırma, nitel araştırma yöntemi durum çalışmasına göre desenlenmiştir. Cresswell (2007) durum çalışmasını araştırmacıların çoklu kaynakları içeren veri toplama araçları ile derinlemesine incelendiği, temaların tanımlandığı nitel araştırma yaklaşımlarındandır. Çalışmanın araştırma grubu amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu kapsamda, Türk Cumhuriyetleri vatandaşı olma, araştırmaya gönüllü olma ve uzaktan eğitim deneyimi olma gibi kriterlerini taşıyan farklı tür ve düzeylerdeki eğitim kurumlarında öğrenim gören toplam 17 öğrenci araştırmaya katılmıştır. Öğrencilerin 8'i Azerbaycan, 4'ü Özbekistan, 1'i Kırgızistan, 4'ü Türkmenistan uyrukludur. Yaşları 8 ile 17 arasında değişen öğrencilerin 9'u erkek ve 8'i kızdır. Yarı yapılandırılmış görüşme ile toplanan veriler betimsel analiz ile değerlendirilmiştir.

BULGULAR ve YORUM

Araştırma verilerinin analizi sonucunda elde edilen bulgular tablolar halinde belirtilmiştir.

Tablo 1. Uzaktan Eğitim Uygulamalarında Derslere Yönelik Geliştirilen Tutuma İlişkin Öğrenci Görüşleri

Derslere ilişkin Görüşler	Dersler	Katılımcılar	f	%
Olumlu tutum geliştirilen dersler	Matematik	Ö1, Ö2, Ö3, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö8, Ö9, Ö10,Ö12, Ö13, Ö14, Ö15, Ö16, Ö17	16	20
	Türkçe	Ö1, Ö2, Ö3, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14, Ö15, Ö16, Ö17	16	20
	İngilizce	Ö1, Ö3, Ö5, Ö6, Ö7, Ö8, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14, Ö15	13	16,2
	Fen bilimleri	Ö2, Ö3, Ö4, Ö5, Ö6, Ö8, Ö9, Ö10, Ö12, Ö13, Ö15	11	13,7
	Müzik	Ö1, Ö2, Ö3, Ö5, Ö6, Ö7, Ö9, Ö11, Ö13	9	11,2
	Satranç	Ö8, Ö12, Ö15	3	3,7
	Kimya	Ö14	1	1,3
	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi	Ö11	1	1,3
Olumsuz Tutum Geliştirilen Dersler	Sosyal Bilgiler/Tarih	Ö5, Ö10, Ö11, Ö12, Ö14, Ö15	6	7,6
	Beden Eğitimi	Ö1, Ö7, Ö11	3	3,7
	Fizik	Ö14	1	1,3
Toplam			80	100

Tablo 1'de uzaktan eğitim uygulamalarında derslere yönelik geliştirilen tutuma ilişkin öğrenci görüşleri yer almaktadır. Tablo verilerine göre öğrenciler sırasıyla Matematik (f=16), Türkçe (f=16), İngilizce (f=13), Fen bilimleri (f=11), Müzik (f=9), Satranç (f=3), Kimya (f=1), Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi (f=1) derslerine olumlu tutum geliştirirken Sosyal Bilgiler (f=6), Fizik (f=1) ve Beden Eğitimi (f=3) derslerine olumsuz tutum geliştirmişlerdir. Öğrenciler sevdiği, kolay bulduğu, öğretmenini sevdiği, önemli gördüğü ve günlük hayatta sık uygulandığı derslere karşı olumlu tutum geliştirirken içeriğini kısa zamanda unuttuğu, zor bulduğu, online ortamda o dersin işlenmesini anlamlı bulmadığı ve anlayamadığı derslere olumsuz tutum geliştirmektedir. Bu konu ile ilgili öğrenci görüşlerinden bazıları şunlardır:

Ö5: Ben Türkçe, Matematik, Fen Bilimleri gibi dersleri çok seviyorum. Çünkü burada yaşamak için bu derslere çok ihtiyacım olduğunu biliyorum. Müzik dersine karşı ilgim var. Çok iyi şarkı söylerim. Gitar ve flüt çalarım. Dil öğrenmeyi sevdiğim için Türkçe kadar olmasa da İngilizce dersini de severim.

Ö11: Sosyal Bilgiler dersinde sıkılıyorum. Çünkü çok tarih ve olay bilgisi var, unutuyorum. ayrıca canlı derste beden eğitimi dersinden zevk almıyorum. Arkadaşlarla top oynadığımız günleri özlüyorum.

Tablo 2. Uzaktan Eğitim Uygulamaları Sürecinde İlgi Alanlarına İlişkin Öğrenci Görüşleri

İlgi alanları	Katılımcılar	f	%
Müzik	Ö1, Ö3, Ö5, Ö6, Ö7, Ö8, Ö10, Ö11, Ö13	9	28,1
Görsel sanatlar	Ö2, Ö3, Ö5, Ö6, Ö9, Ö10, Ö11, Ö13, Ö15	9	28,1
Dans	Ö1, Ö4, Ö7, Ö8, Ö9, Ö12,	6	18,7
Sportif çalışmalar	Ö2, Ö5, Ö6, Ö10, Ö13, Ö14	6	18,7
Satranç	Ö3, Ö8	2	6,4
Toplam		32	100

Tablo 2'de uzaktan eğitim uygulamaları sürecinde ilgi alanlarına ilişkin öğrenci görüşleri yer almaktadır. Tablo verilerine göre öğrencilerin; müzik (enstrüman çalmak/şarkı söylemek) (f=9), görsel sanatlar (f=9), dans (f=6), sportif çalışmalar (f=6) ve satranç

(f=2) gibi ilgi alanları bulunmakta ve bu konularda farklı çalışmalar yürütmektedirler. Bu konu ile ilgili öğrenci görüşlerinden bazıları şunlardır:

Ö13: Pandemide kendi enstrümanımı çalmaya devam ettim. Çeşitli türlerde görsel nesneler de çizerim. Sporu hiç bırakmadım. Yasak olmayan saatlerde yürür, farklı kas geliştirici çalışmalar yaparım. Pandemi yasaklarında yapamadım ama sıklıkla yüzerim.

Ö7: Müziği çok severim. Şarkı söyler ve dinlerim ama çalgı çalamam. Eskiden Gaytağı (Azeri Halk Oyunu) oynardık. Ailemde oynayan vardı onlara çok özenirdim. Ara sıra memlekete gidersek hala orada oynarız.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Öğrencilerin bir dersi sevmelerinin, ilgi duymalarının ve o derse karşı olumlu tutum geliştirmelerinin çeşitli faktörlere bağlı olduğu bilinmektedir. Dersi verecek öğretmeni sevme, okulu sevme, ders materyallerini sevme bu etkenler arasında önemli yere sahiptir (Kaya ve diğ,. 2009). Tutumların eğitimdeki önemi, onun etkisiyle ortaya çıkabilen davranışların önemli olmasındandır. Gömleksiz'e (1993:79) göre tutumun, bireyin bilişsel, duyuşsal ya da devinişsel davranışlarının biçimlenmesinde ya da hangi yönde nasıl gösterileceğinde belirleyici bir niteliği olduğu söylenebilir. Herhangi bir derse karşı ailenin, okul yönetiminin ve öğretmenin gösterdiği tutum, öğrencilerin de olumlu tutum göstermelerine neden olabilir.

Türkiye'de yürütülen uzaktan eğitim uygulamalarında öğrenciler; meslek sahibi olmak, sağlam ve doğru bilgilere sahip olmak, Türkçe dilinin öğrenilmesi gibi akademik gelişim beklentileri bulunmaktadır. Ayrıca yeteneklerine uygun derslere karşı olumlu tutum geliştirdikleri ifade edilebilir.

Sonuçlar ilgi alanlarına göre değerlendirildiğinde öğrenci ve veliler Türkiye'deki uzaktan eğitim uygulamaları sırasında; sanatsal, sportif ve kültürel çalışmalara eğilimlerinin olduğu ifade edilebilir. Literatüre bakıldığında farklı ülkelerden gelen öğrencilerin eğitime entegrasyonunu sağlamak için öğrenciler arasındaki farklılıkların en aza indirlmeye çalışıldığı söylenebilir. Bu yaklaşımla birlikte eğitim ortamlarında evrensel değer ve ilkeler eğitim uygulamalarında ele alınan konular arasındadır (Bayles, 2009). Göçmen öğrencilerin sisteme uyum sağlamaları için gerekli olan destek yeteri kadar verilmediğinde derse katılım noktasında güçlük yaşadıkları ve geri çekilme davranışı gösterdikleri ifade edilmiştir (Spomer ve Cowen, 2001). Bu bağlamda göçmen öğrencileri de kapsayacak şekilde bir öğrenme ortamının oluşturulması ve onların sosyal ve kültürel ihtiyaçlarının karşılanması için çalışmalar yapılması önemli görülmektedir (Areepattamannil ve Berinderjeet, 2013; Ladson-Billings, 2014).

KAYNAKÇA / REFERENCES

Ainley, M., Hidi, S., & Berndorff, D. (2002). Interest, learning, and the psychological processes that mediate their relationship. Journal of Educational Psychology, 94, 545-561.

Birişçi, S., Metin, M. & Demiryürek G. (2011). İlköğretim Öğretmenlerinin Bilgisayar ve İnternet Kullanmaya Yönelik Tutumlarının İncelenmesi: Artvin İli Örneği. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, 2(4).

Cresswell, John. W. (2007). *Qualitative İnquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (2. Baskı). SAGE Publications.

Hidi, S. (1990). Interest and its contribution as a mental resource for learning. Review of Educational Research, 60, 549-571

Jarvis, T. and Pell, A. (2005) Factors influencing elementary school children's attitudes to science before, during and following a visit to the UK National Space Centre. Journal of Research in Science Teaching 42(1), 53-83.

Kaya, A. İ., Arslantaş, H. İ. ve Şimşek, N. (2009). İlköğretim öğrencilerinin türkçe dersine karşı tutumlarının değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *8*(30), 376-387.

Koballa, T. R., & Crawley, F. E. (1985). The influence of attitude on science teaching and learning. School Science and Mathematics, 85, 223–232.

Lovelace, M. & Brickman, P. (2013). Best Practices for Measuring Students' Attitudes towardLearning Science. Life Sciences Education Vol. 12, 606–617. Downloaded from http://www.lifescied.org/ October 20, 2014

Osborne, J., Simon, S., & Collins, S. (2003). Attitude towards science: A review of the literature and its implications. International Journal of Science Education, 25(9), 1049-1079.

Shrigley, R.L., Koballa,T.R. & Simpson, R.D. (1988). Defining attitude for science educators. Journal of Research in Science Teaching, 25, 659-678.

Simpson, R. D., & Oliver, J. S. (1985). Attitude toward science and achievement motivation profiles of male and female science students in grades six through ten. Science Education, 69(4), 511–526.

Tobias, S. (1994). Interest, prior knowledge and learning. Review of Educational Research, 64, 37-54.

Tytler, R., & Osborne, J. (2012). Student attitudes and aspirations towards science. In Second international handbook of science education (pp. 597-625). Netherlands: Springer.

Usta, İ., Uysal, Ö. ve Okur, M. R. (2016). Çevrimiçi öğrenme tutum ölçeği: Geliştirilmesi, geçerliği ve güvenirliği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9 (43), 2215-2222*