

ISSN: 2667-422X



# SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

JOURNAL OF SOCIAL, HUMAN AND  
ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt	Volume	8
Sayı	Issue	3
Yıl	Year	2025

# SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

## 2025, Cilt.8, Sayı.3

### YAYIN KURULU

#### BAŞ EDITÖR

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,

Turizm Fakültesi Gölbaşı Yerleşkesi, Ankara, Türkiye.

[editor@sobibder.org](mailto:editor@sobibder.org)

[editor.sobibder@gmail.com](mailto:editor.sobibder@gmail.com)

Telefon: +90 312 231 73 60/1847

#### DİL EDITÖRÜ

Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye. [nevin.sert@hbv.edu.tr](mailto:nevin.sert@hbv.edu.tr)

### EDİTÖRLER KURULU

**Atatürk İlke ve Cumhuriyet Tarihi:** Dr. Öğr. Üyesi Mustafa EĞİLMEZ, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu, Türkiye. [megilmez@kastamonu.edu.tr](mailto:megilmez@kastamonu.edu.tr)

**Coğrafya:** Doç. Dr. Mehmet Fatih DÖKER, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye. [fdoker@sakarya.edu.tr](mailto:fdoker@sakarya.edu.tr)

**Çalışma Ekonomisi:** Doç. Dr. Seda TEKELİ, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye. [sakyalcin@anadolu.edu.tr](mailto:sakyalcin@anadolu.edu.tr)

**Çocuk Gelişimi:** Prof. Dr. Arzu YÜKSELEN, İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. [ayukselen@medipol.edu.tr](mailto:ayukselen@medipol.edu.tr)

**Dilbilimi ve Edebiyat:** Prof. Dr. İhsan KALENDER, Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye. [kihsan@gazi.edu.tr](mailto:kihsan@gazi.edu.tr)

**Ekonomi:** Dr. Öğr. Üyesi Atilla AYDIN, İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. [atilla.aydin@rumeli.edu.tr](mailto:atilla.aydin@rumeli.edu.tr)

**Felsefe:** Prof. Dr. Hatice Nur ERKİZAN, Muğla Sıktı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye. [nerkizan@mu.edu.tr](mailto:nerkizan@mu.edu.tr)

**İletişim Çalışmaları:** Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. [yusufyurdagul@hotmail.com](mailto:yusufyurdagul@hotmail.com)

**İşletme Yönetimi:** Dr. Öğr. Üyesi Menekşe ÖZTOPRAK, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye. [tarhan@baskent.edu.tr](mailto:tarhan@baskent.edu.tr)

**Maliye:** Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye. [acelikka@ogu.edu.tr](mailto:acelikka@ogu.edu.tr)

**Muhasebe:** Prof. Dr. Seyhan ÇİL, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye. [seyhan.cil@hbv.edu.tr](mailto:seyhan.cil@hbv.edu.tr)

**Pazarlama:** Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington Üniversitesi, Washington, ABD. [ctosun@gwu.edu](mailto:ctosun@gwu.edu)

**Psikoloji ve PDR:** Prof. Dr. Sefa BULUT, İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. [sefa.bulut@ihu.edu.tr](mailto:sefa.bulut@ihu.edu.tr)

**Psikoloji:** Doç. Dr. Kemale SALMANOVA, Simqait State University, Simgait, Azerbaycan. [salamovak11@gmail.com](mailto:salamovak11@gmail.com)

**Siyasi Tarih:** Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞEN, Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye. [onursen@mersin.edu.tr](mailto:onursen@mersin.edu.tr)

**Sosyoloji:** Doç. Dr. Suna TEKEL, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye. [suna.tekel@inonu.edu.tr](mailto:suna.tekel@inonu.edu.tr)

**Turizm ve Otel İşletmeciliği:** Doç. Dr. Sedat YÜKSEL, Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Maskat, Umman [sedatyuksel@gmail.com](mailto:sedatyuksel@gmail.com)

**Temel İslam Bilimleri:** Doç. Dr. Harun ÇAĞLAYAN, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale, Türkiye. [caglayanharun@gmail.com](mailto:caglayanharun@gmail.com)

**Uluslararası İlişkiler:** Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. [snaktiyok@atauni.edu.tr](mailto:snaktiyok@atauni.edu.tr)

**Yakın Çağ Tarihi:** Prof. Dr. Ahmet GÜNDÜZ, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye. [agunduz@gantep.edu.tr](mailto:agunduz@gantep.edu.tr)

**Yönetim Bilişim Sistemleri:** Doç. Dr. Ersin KARAMAN, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. [ersinkaraman@atauni.edu.tr](mailto:ersinkaraman@atauni.edu.tr)

**Yönetim ve Strateji:** Prof. Dr. Harun DEMİRKAYA, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli, Türkiye. [harundemirkaya@kocaeli.edu.tr](mailto:harundemirkaya@kocaeli.edu.tr)

## **HAKEM KURULU**

Prof. Dr. Ahmet GÜNDÜZ, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye.

Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Arzu KILIÇLAR, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Arzu YÜKSELEN, İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

Prof. Dr. Cemalettin AKTEPE, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington Üniversitesi, Washington, ABD.

Prof. Dr. Evren GÜÇER, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ, Central Florida Üniversitesi, Orlando, ABD.

Prof. Dr. Güler SAĞLAM ARI, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Hatice Nur ERKİZAN, Muğla Sıktı Koçman Üni., Muğla, Türkiye.

Prof. Dr. İhsan KALENDER, Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.

Prof. Dr. Mehmet BAŞ, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Metehan TOLON, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Mithat ÜNER, Atılım Üniversitesi, Ankara, Türkiye.  
Prof. Dr. Sefa BULUT, İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.  
Prof. Dr. Seyhan ÇİL, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.  
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU, Nevada Üniversitesi, Las Vegas, ABD.  
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ, Portsmouth Üniversitesi, Portsmouth, İngiltere.  
Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın, Türkiye.  
Doç. Dr. Ali Turan BAYRAM, Sinop Üniversitesi, Sinop, Türkiye.  
Doç. Dr. Ersin KARAMAN, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye.  
Doç. Dr. Gül ERKOL BAYRAM, Sinop Üniversitesi, Sinop, Türkiye.  
Doç. Dr. Harun ÇAĞLAYAN, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale, Türkiye.  
Doç. Dr. Kadri Gökhan YILMAZ, AHBV Üniversitesi, Ankara.  
Doç. Dr. Lütfi BUYRUK, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üni., Nevşehir, Türkiye.  
Doç. Dr. Mehmet Fatih DÖKER, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.  
Doç. Dr. Mustafa SOLMAZ, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye.  
Doç. Dr. Nuray TOSUNOĞLU, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.  
Doç. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN, Osmangazi Üni., Eskişehir, Türkiye.  
Doç. Dr. Seda TEKELİ, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.  
Doç. Dr. Sedat YÜKSEL, Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Üni., Maskat, Umman  
Doç. Dr. Selma KALYONCUOĞLU, Ankara HBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.  
Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye.  
Doç. Dr. Suna TEKEL, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye.  
Doç. Dr. Yaşar KAYA, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye.  
Dr. Öğr. Üyesi Atilla AYDIN, İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.  
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun, Türkiye.  
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Halit AKIN, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.  
Dr. Öğr. Üyesi Menekşe ÖZTOPRAK, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye.  
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa EĞİLMEZ, Kastamonu Üni., Kastamonu, Türkiye.  
Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞEN, Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye.  
Dr. Öğr. Üyesi Seda ÖZDEMİR AKGÜL, Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.  
Dr. Öğr. Üyesi Zeki YÜKSEKBİLGİLİ, Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

### **BU SAYIDA HAKEMLİK YAPANLAR**

Prof. Dr. Hüseyin AĞIR Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.  
Doç. Dr. Sena TÜRKMEN, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi.  
Doç. Dr. Emek ÜŞENMEZ, İstanbul Üniversitesi.  
Doç. Dr. Deniz AKÇAY BALCI, İstanbul Gedik Üniversitesi.  
Doç. Dr. Nuran BAŞOĞLU, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi.  
Doç. Dr. Murat İNCE, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.  
Doç. Dr. Mehmet KAYAKUŞ, Akdeniz Üniversitesi.

Doç. Dr. Ferid ÖNDER, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.  
Doç. Dr. Tuba ALPTEKİN, Kilis 7 Aralık Üniversitesi.  
Dr. Öğr. Üyesi Gülseren BUDUMLU İLDEŞ, Sakarya Üniversitesi.  
Dr. Öğr. Üyesi Hamide ÇAKIR SARI, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi.  
Dr. Öğr. Üyesi Hande TASA, İstanbul Aydın Üniversitesi.  
Dr. Öğr. Üyesi İlhan ALEMDAR, Hasan Kalyoncu Üniversitesi.  
Dr. Öğr. Üyesi Selin AYGEM ZETTER, Akdeniz Üniversitesi.  
Dr. Öğr. Üyesi Serdar PAÇACI, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.  
Dr. Sibel ÇAPAN TEKİN, Karadeniz Teknik Üniversitesi.  
Öğr. Gör. Dr. Ayten BÜLBÜL, Necmettin Erbakan Üniversitesi.

### **ODAK VE KAPSAM**

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin yayın odağında;  
Sosyal Bilimler alanındaki profesyonellere akademik katkı sağlayan, sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Sosyal Bilimler alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır.

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin yayın kapsamında;  
Arkeoloji, Atatürk İlke ve Cumhuriyet Tarihi, Avrupa Birliği, Bankacılık ve Sigortacılık, Batı Sanatı ve Çağdaş Sanat, Beşeri ve İktisadi Coğrafya, Bilgi ve Belge Yönetimi, Bölgesel Çalışmalar, Çağdaş Dünya Tarihi, Çocuk Gelişimi, Dilbilimi, Eğitim Bilimleri, Ekonometri, Erken Hristiyan ve Bizans Sanatları, Eskiçağ Tarihi, Felsefe, Finans, Fiziki Antropoloji ve Paleoantropoloji, Fiziki Coğrafya, Gazetecilik ve Medya Çalışmaları, Gelişim Psikolojisi, Genel Türk Tarihi, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler, İktisadi Düşünce, İktisat Tarihi, İletişim Çalışmaları, Kamu Yönetimi, Makro İktisat, Maliye, Mikro İktisat, Muhasebe, Nicel Karar Yöntemleri, Organizasyon, Ortaçağ Tarihi, Osmanlı Kurumları ve Medeniyeti, Öğrenme-Bilişsel-Biyo-Deneysel Psikoloji, Pazarlama, Reklamcılık, Sanat Tarihi, Sinema, Siyasi Düşünceler, Siyasal Hayat ve Kurumlar, Siyaset Bilimi, Siyasi Tarih, Sosyal Hizmet, Sosyal Politika, Sosyal Psikoloji, Sosyal ve Kültürel Antropoloji, Sosyoloji, Turizm, Türk İslam Sanatı, Uluslararası İktisat, Uluslararası İlişkiler, Uluslararası Ticaret, Uygulamalı Psikoloji, Üretim ve Operasyon Yönetimi, Yakınçağ Tarihi, Yeniçağ Tarihi, Yerel Yönetimler, Kent ve Çevre Politikaları, Yönetim Bilişim Sistemleri, Yönetim ve Strateji, Yükseköğretim Çalışmaları yer almaktadır.

### **YAYIN SIKLIĞI**

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi elektronik ortamda yayın yapan hakemli bir dergidir. Aylık yayın yapan dergide yılda 12 sayı yayınlanmaktadır.

## YAYIN DİLİ

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi Türkçe olarak yayın yapmaktadır. Ancak her bir makalede İngilizce başlık, abstract ve keywords bulunmalıdır.

## INDEX

SOBIAD Atıf Dizini

DRJI | Directory of Research Journals Indexing

RI-ROOTINDEXING

ResearchBib – Academic Resource Index

ROAD | ROAD, The Directory of Open Access Scholarly Resources

ISI | International Scientific Indexing

Eurasian Scientific Journal Index

ICI Index Copernicus International

General Impact Factor

CiteFactor

Asos Index

Scientific Indexing Services

EuroPub Database

# SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2025, Cilt.8, Sayı.3

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

## *Araştırma Makalesi*

### **Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Filmlerle Değer Aktarımı: Ayla Film Örneği**

*(Value Transfer Through Films in Teaching Turkish as a Foreign Language: Ayla Film Example)*

N. Gamze ILICAK YÜCEL, Tuğba ÇAKIR

ss.160-177.

## *Araştırma Makalesi*

### **Türkiye'de Gelir Eşitsizliği, Demokrasi Okulları, Yenilenebilir Enerji ve Yaşam Memnuniyeti: Kalkınma Ekonomisine Kümülatif Nedensellik Yaklaşımı**

*(Income Inequality, Democracy Schools, Renewable Energy, and Life Satisfaction in Turkey: A Cumulative Causation Approach to Development Economics)*

Resul TELLİ

ss.178-198.

## *Kavramsal Makale*

### **Teknoloji Çağında Dilin Evrimi: Dijital Dil**

*(The Evolution of Language in the Age of Technology: Digital Language)*

Meltem SARGIN

ss.199-207.

## *Kavramsal Makale*

### **Ekranada İmaj Yönetimi: Halkla İlişkiler Mesleğinin Dizi ve Filmlerdeki Temsili**

*(Image Management on Screen: Representation of Public Relations Profession in TV Series and Movies)*

Fatma YİĞİT AÇIKGÖZ

ss.208-216.

## *Kavramsal Makale*

### **Kendine Yabancı: On Dokuzuncu Yüzyıldan Bugüne**

*(Stranger to Oneself: From the Nineteenth Century to the Present)*

Sevim KARABÖRK

ss.217-230.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

**Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Filmlerle Değer Aktarımı: Ayla Film Örneği**

Doç. Dr. N. Gamze ILICAK YÜCEL, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul, e-posta: [ngilicak@gelisim.edu.tr](mailto:ngilicak@gelisim.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1193-5384>

Öğr. Gör. Tuğba ÇAKIR, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Türkçe ve Yabancı Dil Uygulama ve Araştırma Merkezi, İstanbul, e-posta: [tcakir@gelisim.edu.tr](mailto:tcakir@gelisim.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2468-1587>

**Öz**

Değerler, toplum tarafından doğru ve güzel kabul edilen davranışlar bütünüdür. Her gün yeni bir teknik gelişmenin yaşandığı günümüz dünyasında; radyo, televizyon, bilgisayar gibi aletler ve internet gibi sanal ağlar aracılığıyla değerler aktarımı gerçekleşmektedir. Ulusal kanallar, sinemalar, sanal platformlar; filmlerin insanlarla buluştuğu, etkileşimin gerçekleştiği kitle iletişim mekânlarıdır. Filmler insanları derinden etkilemekte, moda oluşturmakta, toplumsal değerlerin aktarımına hatta değişimine neden olmaktadır. Yabancı dil olarak Türkçe eğitiminde kullanılan etkinliklerden biri de filmler aracılığıyla değerler aktarımı etkinliğidir. Bu çalışmada, yabancı dil olarak Türkçe öğrenen B2 seviyesinde olan 21 gönüllü öğrenciye filmler aracılığıyla değer aktarımı etkinliği uygulanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Öğrenci görüşlerini toplamak amacıyla veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuş; elde edilen nitel verilerin analizinde ise betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri uygulanmıştır. Öğrenci görüşlerinden elde edilen sonuçlara göre filmlerin değer aktarımındaki rolü değerlendirilmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi, Değer Aktarımı, Filmlerle Değer Aktarımı.

**Makale Gönderme Tarihi:** 07.01.2025

**Makale Kabul Tarihi:** 02.03.2025

**Önerilen Atf:**

Ilıcak Yücel, N. G. ve Çakır, T. (2025). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Filmlerle Değer Aktarımı: Ayla Film Örneği, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(3): 160-177.





## Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2025, 8(3): 160-177. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1509](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1509)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: [www.sobibder.org](http://www.sobibder.org)



### RESEARCH PAPER

## Value Transfer Through Films in Teaching Turkish as a Foreign Language: Ayla Film Example

Associate Prof. Dr. N. Gamze ILICAK YÜCEL, İstanbul Gelişim University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, İstanbul, e-mail: [ngilicak@gelisim.edu.tr](mailto:ngilicak@gelisim.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1193-5384>

Lecturer Tuğba ÇAKIR, İstanbul Gelişim University, Turkish and Foreign Language Application and Research Center, İstanbul, e-mail: [tcakir@gelisim.edu.tr](mailto:tcakir@gelisim.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2468-1587>

### Abstract

Values are a set of behaviors that are accepted by society as correct and beautiful. In today's world, where there is a new technological development every day, values are transferred through devices such as radio, television, computers and virtual networks such as the Internet. National channels, cinemas, virtual platforms are mass communication places where movies meet people and interaction takes place. Movies deeply affect people, create fashion, and cause the transfer and even change of social values. One of the activities that is used in teaching Turkish as a foreign language is the activity of transferring values through movies. In this study, the activity of transferring values through movies was applied to 21 volunteer students at B2 level who are learning Turkish as a foreign language. Case study method, which is one of the qualitative research approaches, was used in the research. In order to collect student opinions, a semi-structured interview form was created as a data collection tool; In the analysis of the qualified data obtained, descriptive analysis and content analysis methods were applied. According to the results obtained from the students' opinions, an attempt was made to evaluate the role of films in value transfer. Keywords: teaching Turkish as a foreign language, value transfer, value transfer through films

**Keywords:** Teaching Turkish as A Foreign Language, Value Transfer, Value Transfer Through Films.

**Received:** 07.01.2025

**Accepted:** 02.03.2025

### Suggested Citation:

Ilıcak Yücel, N. G. and Çakır, T. (2025). Value Transfer Through Films in Teaching Turkish as a Foreign Language: Ayla Film Example, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(3): 160-177.

## GİRİŞ

İletişim araçları içinde mühim bir yere sahip olan dil; toplumun kimliğini, değerler bütünü, yaşam tarzını bünyesinde barındıran ve bunları yansıtan önemli bir unsurdur. Kültür aktarımındaki yeri sebebiyle dili, kültürden bağımsız düşünmek mümkün değildir. Yabancı dil öğrenen biri; ister istemez hedef dilin kelime hazinesini, dilbilgisini, morfolojisini öğrenmenin yanı sıra; o dilin kullanıldığı toplumun kültür ve değerler sistemi hakkında da bilgi sahibi olmalıdır. Bu sayede dil öğrenimi başarıyla gerçekleşmekte, dilin kullanılması daha anlamlı ve etkili hâle gelmektedir.

Uluslararasılaşmanın arttığı, mesafelerin anlamsızlaştığı günümüz dünyasında; göçler, siyasi olaylar, ekonomik sebepler, eğitim alanındaki gelişmeler, farklı kültürleri tanımaya yönelik duyulan merak... gibi sebepler yabancı dil öğrenmek isteyen kişi sayısını arttırmaktadır. Türkiye ve Türkçe de bu durumdan etkilenmektedir. Yabancı dil olarak Türkçe öğretimi alanındaki öğrenci kontenjanı üniversiteler ile çeşitli kurum ve kuruluşlarda her geçen gün çoğalmakta hatta bu alana dair yapılan çalışmalar da hız kazanmaktadır.

İnsanların teknik gelişmeler dolayısıyla tek tipleşmesi; toplumların kendi değerler sisteminden uzaklaşması, geçmişte var olan bazı değerlerin kullanımdan düşmesi hatta unutulması gibi sebepler değerler aktarımı nevinde çalışmaların sayısının artırılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Toplumun birlik ve beraberlik duygusunu pekiştiren değerler; kültürel geçmişin muhafaza edilmesinde, genç kuşaklara aktarılmasında mihenk taşı görevi üstlenmektedir. Değerler eğitime yönelik: değer aktarma yaklaşımları, değer gerçekleştirme yaklaşımları ve bütüncül değerler eğitimi (Küçük Turgut, 2020: 95) gibi yaklaşımlar bulunmakla birlikte; değerlerin kazandırılması sürecinde faydalanılan pek çok materyal de bulunmaktadır. Değer aktarımı hikâyeler, masallar, fıkralar gibi edebi türler; şarkılar, oyunlar, etkinlikler gibi uygulamalar; posterler, resimler, filmler gibi görsel materyaller ile gerçekleştirilebilmektedir.

Dilin sadece kelimeler ve gramerle değil, aynı zamanda gerçek yaşam ve kültürel bağlamla ilişkilendirilerek öğretilmesi; öğrencinin dilin gerçek kullanımını öğrenmesi, kültürel kavrayışını geliştirmesi, iletişim becerilerini güçlendirmesi ve toplumsal uyuma destek olması açısından da önem arz etmektedir. Bu çalışmada yabancı dil olarak Türkçe eğitiminde kullanılabilecek araçlardan biri olan filmler aracılığıyla değer aktarımı etkinliği üzerinde durulacak, "Ayla" filmi üzerinden değerler aktarımına yönelik çeşitli tespitlerde bulunulacaktır.

## Yabancı Dilde Değer Aktarımı

Yabancı bir dili öğrenirken hatasız ve etkili bir şekilde iletişim kurmak için, o dilin kültürel bağlamını bilmek gerekmektedir. Kültürel bağlama hâkim olan kişi, dili doğru şekilde ve doğru anlamlarda kullanır. Kendini ifade ederken yanlış anlaşılmalara maruz kalmayan bireyin iletişimi de verimli hâle gelir.

Gerçek yaşam şartları göz önünde bulundurulduğunda, iletişimin bir bağlam olmadan gerçekleşmesinin mümkün olmadığı görülmektedir. Tüm bağlamlar en az bir kültürel unsur barındırdığı için iletişimi kültürden, o topluma yönelik değerlerden, geleneklerden, sosyal normlardan ayrı düşünmek imkânsızdır. Yabancı dil öğrenen bireyin o dilin kültürel bağlamında yeterlilik kazanabilmesi adına o dilin konuşulduğu ülkenin tarihî olaylarını bilmesi, müziğine, edebiyatına, farklı sanat dallarına hâkim olması, yeme-içme kültürünü tanınması, giyim-kuşam alışkanlıklarına aşina olması icap etmektedir. Günlük yaşama uygun davranışlar sergilemesi, o

toplumda yaygın olan jest ve mimikleri bilmesi, el hareketleri ile sembolik dili kavraması gereklidir (Memiş, 2016: 610-611).

Akkaya'nın (2013: 179) da belirttiği gibi dil öğretimi, kültürel aktarımla paralel ilerleyen bir kavramdır. Sözcük öğretimi ve temel dil becerilerinin geliştirilmesi esnasında kültürel değerler de aktarılmaktadır. Yabancı dilde değerlerin aktarımı, kültürel uyum ve dil yeterliliği ile doğrudan ilişkilidir. Yabancı bir dili öğrenen kişinin dil ile kimliği veya duygusal dünyası arasında bağ oluşturabilmesi adına çok fazla gayret göstermesi gerekmektedir. Öğrencilerin hedef dili daha iyi anlamaları adına, ders esnasında veya materyaller aracılığıyla öğrenilen dilin toplumuna dair kültürel unsurlar aktarılması önem arz etmektedir.

Yabancı dil öğretiminde kültür ve değer aktarımı için çeşitli materyaller, farklı yöntemler kullanılmaktadır. İşcan'a (2017: 442) göre öğrencilerin hedef dilin kültürünü öğrenmeleri için etkili yollardan biri de hedef kültürle ilgili film izlemeleridir. Kültür ve değerler aktarımında önemli bir role sahip olan filmler, görsel ve işitsel zenginlikleri sayesinde izleyicileri doğrudan etkileyerek kültürel bağlantı kurmalarını sağlar. Özellikle duygusal bağlantılar kurulmasına olanak tanıyan bu ortam, izleyicilerin filmlerdeki karakterlerle empati kurmasına yardımcı olur. Bu da onların o kültürün değerlerini ve normlarını derinlemesine anlamalarını sağlar.

Geniş kapsamlı ve zengin hikâyeler sunan filmler aracılığıyla öğrenciler; öğrendiklerin dilin toplumunun günlük yaşamını, yaşantısını, alışkanlıklarını geniş bir perspektiften görme imkânı kazanır. Filmlerde kullanılan gündelik dil ile dil becerilerini geliştirir, öğrendikleri dilin toplumunu daha iyi anlamaya başlarlar.

Istanto (2009: 281), hedef kültürün öğretimine yönelik filmlerin seçiminde şu hususlara dikkat edilmesi gerektiğini söyler:

1. Öğrencinin dil seviyesi dikkate alınmalıdır. Düşük seviyedeki öğrenciler için alt yazılı filmlerin izletilmesi daha uygundur.
2. Yüksek seviyedeki dil öğrencileri için kültürel açıdan daha karmaşık konuların işlendiği filmler tercih edilmelidir.
3. Hedef dilin / konuşma dilinin ön plana çıktığı filmler yüksek düzeydeki öğrenciler için daha uygundur.
4. Filmin çekildiği mekânların hedef dilin konuşulduğu ülkenin farklı bölgelerinde çekilmiş olması farklı kültürel özelliklerin öğretilmesi açısından önemlidir.

Yabancılar Türkçe öğretiminde değer aktarımı aracı olarak filmlerin kullanılması derse olan ilgiyi arttıracaktır. Her seviyede kullanılacak olan bu etkinlik, bu araştırmada B2 seviyesinde olan 21 gönüllü öğrenciye uygulanacaktır.

Adem İşcan ve Beytullah Karagöz'ün 2016 yılında "Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Konuşma Becerisi Kazandırmada Filmlerin Kullanımı" adlı araştırması, Adem İşcan ile Mahmut Delen'in 2017'de "Yabancılar Türkçe Öğretiminde Filmlerin Kullanımı (Selvi Boylum Al Yazmalım Filmi Örneği)" makalesi, Halil İbrahim Elsıkma'nın da 2019'da "Türkçenin Yabancı Dil Olarak Öğretiminde Kullanılan Filmlerin Kültürel Unsurlar Açısından İncelenmesi" isimli çalışması bulunmaktadır. Sayılan örneklerden hareketle yabancılar Türkçe eğitiminde filmler aracılığıyla değerler aktarımına yönelik araştırmaların olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada değer aktarım aracı olarak 2017 yılında vizyona giren Türkiye ve Güney Kore ortak yapımı "Ayla" filmi seçilmiştir. Film, Kore Savaşı sırasında Türk askerleri ile Koreli küçük bir kız çocuğu arasında geçen gerçek olaylardan hareketle çekilmiştir.

## “Ayla” Film Özeti

Kore Savaşı'na gönüllü olarak katılan Süleyman Astsubay, savaş alanında bir kız çocuğu bulur. Koreli bu küçük kız çocuğunun ailesi ölmüştür ve çocuk ortalıkta ne yapacağını bilmeyen bir hâlde dolaşmaktadır. Küçük çocuğun zor durumda olduğunu anlayan Süleyman Astsubay, onu yanına alır ve ona “Ayla” ismini verir. Süleyman Astsubay ile Ayla arasında derin bir bağ gelişir, âdeta baba-kız gibi olurlar.

Türk Birliği'nin karargâhında yaşamaya başlayan Ayla, birliğin neşe kaynağı hâline gelir. Süleyman Astsubay ile çok zaman geçiren Ayla, ona baba demeye başlar. Ayla, Türk askerleriyle birlikte yaşarken Türkçe de öğrenir. 15 ayın sonunda birliğin Kore'deki görevi tamamlanır ve Türkiye'ye geri dönme zamanları gelir.

Süleyman Astsubay, Ayla'yı Kore'de bırakmak istemez fakat hukuki yollarla Ayla'yı Türkiye'ye getiremez. Ayla'yı Kore'de bırakarak Türkiye'ye dönmek zorunda kalır. Birbirleriyle vedalaşırken birbirlerine tekrar buluşma sözü veren Süleyman Astsubay ve Ayla, savaş bittikten yaklaşık 60 yıl sonra gazetecilerin yardımıyla bir araya gelir.

## Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde değer aktarım aracı olarak filmlerin kullanılmasının etkili olup olmadığı hakkında öğrenci görüş, fikir ve önerilerini almaktır. Filmler; görsel ve işitsel çeşitlilikleriyle izleyicileri etkileyen, kültürel bağların kurulmasına destek olan unsurlardır. Filmler aracılığıyla izleyiciler, karakterler ile empati kurarak filmlerdeki kültürel değerleri ve normları benimserler. Bu hususta çalışmada şu sorulara cevap aranmıştır:

- Yabancı dil olarak Türkçe öğrenenler için filmler, değer aktarımında etkili olabilir mi?
- Yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde ders içinde, değer aktarım aracı olan filmler seyrettirilmeli midir? Ne kadar sürede seyrettirilmelidir?
- Yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde değer aktarımı için bir film seyrettirilmesi yeterli midir?
- Öğrencilerin filmi izlemeden önceki görüşleriyle ve filmi izledikten sonraki görüşleri arasında bir fark var mıdır?

## YÖNTEM

### Araştırmanın Modeli

Araştırmada nitel araştırma yaklaşımlarından durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Durum çalışmaları, nicel ya da nitel yaklaşımla gerçekleştirilebilir. Her iki yaklaşımın da temel amacı, belirli bir durum hakkında sonuçlar elde etmektir. Nitel araştırmalar, bir sosyal olgunun ilgili bireylerin bakış açısına dayanarak incelenmesine ve bu bakış açılarını etkileyen sosyal yapıları ve süreçleri ortaya koymaya olanak vermektedir (Baltacı, 2019: 382).

Bu araştırmada, veri toplama aracı olarak uzman görüşü alınarak oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu form aracılığıyla yabancı dil olarak Türkçe öğrenen öğrencilerden konu hakkında görüş bildirmeleri ve açık uçlu soruları cevaplamaları istenmiştir. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir.

## Çalışma Grubu

Bu çalışma, 2023-2024 eğitim-öğretim yılında İstanbul Gelişim Üniversitesi Türkçe Hazırlık Programı'nda kayıtlı B2 seviyesinde yabancı dil olarak Türkçe öğrenen, "Katılımcılar İçin Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu"nu imzalayan toplam 21 gönüllü öğrenci ile yürütülmüştür. Araştırmaya katılan katılımcılara ait demografik bilgilere Tablo 1'de yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Çalışma Grubunun Demografik Bilgileri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Ülke	Eğitim Durumu	Anadili	Diğer Diller
K1	Kadın	21	Suriye	Lise	Arapça	Türkçe
K2	Kadın	20	İran	Lise	Farsça	İngilizce
K3	Kadın	20	Yemen	Lise	Arapça	İngilizce, Almanca
K4	Erkek	22	Irak	Lise	Arapça	İngilizce
K5	Erkek	19	Sudan	Lise	Arapça	İngilizce
K6	Erkek	24	Filistin	Üniversite	Arapça	İngilizce
K7	Kadın	20	Yemen	Lise	Arapça	İngilizce-Türkçe
K8	Erkek	22	Suriye	Lise	Arapça	Türkçe
K9	Erkek	20	Mısır	Lise	Arapça	İngilizce
K10	Kadın	19	Filistin	Lise	Arapça	İngilizce-İbranice
K11	Kadın	37	İran	Üniversite	Farsça	Türkçe
K12	Kadın	30	İran	Üniversite	Farsça	Türkçe, İngilizce
K13	Kadın	30	Filistin	Üniversite	Arapça	İngilizce, İbranice
K14	Kadın	47	Irak	Üniversite	Arapça	İngilizce
K15	Kadın	19	Yemen	Lise	Arapça	İngilizce
K16	Kadın	28	İran	YL/Doktora	Azerice	İng., Fra., İsp., Tr.
K17	Kadın	27	İran	Üniversite	Farsça	Türkçe
K18	Kadın	23	Afganistan	Lise	Farsça	İngilizce, Türkçe
K19	Kadın	25	Suriye	YL/Doktora	Arapça	İngilizce, Türkçe
K20	Kadın	19	Filistin	Üniversite	Arapça	İngilizce, Türkçe
K21	Erkek	20	Yemen	Lise	Arapça	İngilizce

## Verilerin Toplanması

Araştırmanın, İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 25.05.2024 tarih ve 2024-07 sayılı toplantısı kararına göre etik kurul onayı alınmıştır. Araştırma üç aşamada gerçekleştirilmiştir:

**Birinci Aşama:** Araştırmanın birinci aşamasında, araştırmacılar tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan dört temel açık uçlu sorunun, katılımcılar tarafından cevaplanması istenmiştir. Katılımcılara soruları cevaplarken görüşlerini daha iyi ifade edebilmeleri için kendi dillerinden Türkçeye çeviri yapabilecekleri de belirtilmiştir. Katılımcılardan cevaplamaları istenen sorular şunlardır:

1. Filmler aracılığıyla değer (kültür) aktarımı yapılabileceğini düşünüyor musunuz? Evetse neden? Hayırsa neden?
2. Türk kültürüne yönelik aile kavramı hakkında hangi bilgilere sahipsiniz?
3. Sizce Türkler barışçı bir millet mi? Vatansever mi? Türk tarihi hakkında bilginiz var mı?

4. Türkler yardımsever bir millet mi? Başka kültürden insanlara destek oluyorlar mı?

İkinci Aşama: Öğrencilere bu araştırma kapsamında seçilen “Ayla” filmi hakkında bilgi verildikten sonra, film sınıf ortamında izlettirilmiştir.

Üçüncü Aşama: Öğrencilere “Ayla” filmi izlettirildikten sonra araştırmacılar tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan yedi temel açık uçlu sorunun, katılımcılar tarafından cevaplanması istenmiştir. Öğrencilerin filmden önceki ve filmi izledikten sonraki görüşleri arasında bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla, ilk dört soru ilk aşamadaki sorularla aynı tutulmuştur. Diğer üç soru ise aşağıda belirtilen filmi de kapsayan sorulardır:

5. Türk değerlerini (kültürünü) öğrenmek için bir film izlemek yeterli midir?  
6. Derslerde böyle filmler seyredilsin mi? Evetse ne kadar sürede seyredilsin?  
7. İzlediğiniz filmde en beğendiğiniz sahne hangisidir? En rahatsız olduğunuz sahne hangisidir?

### Verilerin Analizi

Nitel verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Betimsel analiz yaklaşımına göre elde edilen veriler, araştırma sorusu veya alt sorulardan yola çıkılarak belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 70). Araştırmanın birinci aşamasında, yarı yapılandırılmış görüşme formundan elde edilen katılımcı görüşleri, iki araştırmacı tarafından bağımsız bir şekilde okunmuştur.

Araştırmacıların veriler üzerinde gerçekleştirdiği tartışmalar sonucunda, çalışmanın araştırma sorularına yanıt verecek kategoriler ve temalar belirlenmiştir. Elde edilen veriler, yarı yapılandırılmış görüşme formu soru başlıkları altında kategorilere ve temalara ayrılmıştır. Veriler, belirlenen kategoriler ve temalar altında sınıflandırılarak okuyucu için anlaşılır hâle getirilmiştir. Analiz sonucunda, öğrencilerin cevapları değerlendirilmiş ve bazı katılımcıların görüşleri doğrudan aktarılmıştır.

İçerik analiz yöntemi kullanılarak kategorilerin ve temaların frekans değerleri oluşturulmuş ve bu değerler karşılaştırılarak analiz edilmiştir. İçerik analizinin temel amacı, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Özetlenen ve yorumlanan veriler, içerik analiziyle derinlemesine incelenir ve betimsel yaklaşımla fark edilemeyen kavramlar ve temalar keşfedilebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 249).

### BULGULAR

Tablo 2’de belirtilen maddeyle filmler aracılığıyla değer aktarımı yapıp yapılamayacağı dair öğrenci görüşlerinden temalar oluşturulmuştur. Elde edilen verilere göre; katılımcıların çoğu, filmler aracılığıyla değer (kültür) aktarımının mümkün olacağı düşüncesindedir. Katılımcılar arasında özellikle tarihi filmler ile değer aktarımının yapılabileceği görüşü hâkimdir.

Bazı katılımcılar, filmlerin görsel ve işitsel açıdan etkili unsurlar olduğunu ve toplumun yaşam tarzını yansıttığını, değer aktarımı noktasında faydalı olduğunu düşünmektedir. Bazı katılımcılar ise filmlerin duygusal unsurlarla zenginleştiğini, filmlerin gerçek hayatın içinden ya da gerçek hayattan esinlenerek değer aktarımını sağladığı görüşündedir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Filmler Aracılığıyla Değer (Kültür) Aktarımı Yapılıp Yapılamayacağına Dair Görüşleri

Kategoriler	Temalar	f	%
Evet	Tarihi filmler	6	17,65
	Başka kültür ve değerleri anlama imkanı	5	14,71
	Yaşam tarzı	5	14,71
	Görsel ve işitsel	4	11,76
	Düşünce tarzı	3	8,82
	Duygusal unsurlar	2	5,88
	Gerçek hayatı yansıtmaya	2	5,88
	Diğer	6	17,65
Hayır	Kusurları ve sorunları göstermek istememe	1	2,94

Katılımcılardan bazıları, kültürel mirasın korunmasında filmlerin önemli role sahip olduğunu belirtirken diğerleri ise filmlerin eğitici yönü olduğunu ve farklı perspektifler kazandırmada etkin olduğunu belirtmiştir. Filmler aracılığıyla değer aktarımı yapıp yapılamayacağına dair bulgularla ilgili örnekler şu şekildedir:

K1: "...dünyanın her yerinden insanlar ana dillerinden bağımsız olarak film izleyebiliyor uzak toplumların kültürlerini anlayabiliyor."

K2: "Evet film kültürü aktarır ancak bazı şehirlerin farklı bir kültürü var. Önemli olan ülkenin kendisidir. Örneğin o ülkenin müziği, dansı, sanatı, dini, giyim tarzı, dili, yaşam şekli ve konuşma şekli. Bütün bunlar film tarafından aktarılıyor."

K4: "Evet filmler kültürü aktarmak için güçlü bir araç olabilir film görsel ve duygusal unsurları bir araya getirerek izleyiciye başka kültürleri ve değerleri anlatma imkânı sağlar."

K5: "Evet çünkü benim düşünceme göre kültürü ifade eden birçok film var. Bunların çoğu eski insanların kültürünü, eski yaşamı, yemek kültürünü ifade ettiği gibi kültürü de ifade eden tarihi filmlerdir."

K8: "Evet filmlerin kültürel değerleri aktarmaya yardımcı olduğuna inanıyorum, çünkü film Endüstrisi modern toplumdaki en etkili sektörlerden biri olarak kabul edilmektedirler filmler kültürün dünyaya aktarılmasına büyük ölçüde yardımcı oluyor. Bazı insanlar sinemayı sadece eğlence amaçlı insanların zamanını çalan bir aktivite olarak görse de aslında onları eğitmeye düşünmeye sempati duymaya kızdırmaya itme amacına hizmet etmektedir..."

K9: "Elbette evet. Tüm ülkeler kendi tarihlerinin ve halklarının kültür ve geleneklerini anlatarak kendi kültürlerini filmlerle aktarabilirler."

K12: "Evet bence kültür aktarımında filmlerin çok önemli bir rol oynadığını düşünüyorum çünkü film ve diziler insanların gerçek hayatından esinlenerek topluma yansıyor."

K13: "Evet kültürel filmlerin insanların kültürünü geleneklerini ve değerlerini aktardığı doğrudur ve bu kültürleri filmler aracılığıyla ve onların halklar arasındaki iletişime ilişkin düşünce tarzları aracılığıyla öğrenebiliriz."

K15: "Sinema dünyanın en önemli eğlence ve görsel iletişimlerinden biridir... Tarihi olayları kültürleri onları belgelemek için üretiyor. Filmler kültürel mirasın korunmasına ve gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sağlar."

K17: "Bence filmler aracılığıyla değer kültürlerine aktarmalıdır. Onlar ne tarz yemekleri, ne tarz giyinmeleri gösteriyorlar nasıl büyüklere ve küçüklerle davranıyorlar, kültürlerinde hangi gelenekler var. Kutlamalar ve törenler nasıl yapılıyor gösteriyorlar."

K20: "Evet filmler kültür aktarımı için harika bir araç olabilir filmler farklı ülkelerin yaşam tarzlarını geleneklerini ve değerlerini izleyicilere aktararak kültürel anlayışı arttırabilir. Özellikle farklı ülkeler ve kültürleri keşfetmek isteyen daha iyi anlamalarına yardımcı olabilir. Bu yüzden filmler kültürel anlayışı arttırmak ve farklı perspektifler kazandırmak için güçlü bir araç olabilir."

Filmler aracılığıyla değer aktarımının mümkün olup olmayacağını olumsuz olarak yanıtlayan bir katılımcı vardır. Katılımcının görüşü şöyledir:

K11: "Bana göre filmler bir ülkenin kültürünü bir yere kadar aktarabilir ama hayır. Çünkü insanlar çoğu zaman inançlarındaki ve kültürlerindeki kusurları ve sorunları göstermek istemezler."

**Tablo 3.** Katılımcıların Türk Kültürüne Yönelik Aile Kavramına Dair Bilgileri

Kategoriler	f	%	Temalar	f	%
Bilgim var	18	85,71	Bağımlılık	9	27,27
			Çocuklara önem	5	15,15
			Küçük aile	4	12,12
			Saygı	4	12,12
			Sevgi	3	9,09
			Misafirperver	3	9,09
			Geniş aile	2	6,06
			Diğer	3	9,09
Bilgim yok	2	9,52			
Cevap yok	1	4,76			

Tablo 3'te belirtilen maddeyle Türk kültürüne yönelik aile kavramına dair katılımcı görüşlerinden temalar oluşturulmuştur. Katılımcıların çoğu, Türk ailelerinin birbirine bağlı olduğu ve Türklerin çocuklarına önem verdiği görüşündedir. Katılımcıların bazılarına göre Türk ailelerinde sevgi, saygı ve misafirperverlik hâkimdir.

Bazı katılımcılar Türk ailelerinin geniş aile yapısına sahip olduğunu, bazıları ise Türk ailelerinin nüfusunun az olduğunu belirtmiştir. Ayrıca katılımcılara göre Türk aile kültüründe yardımlaşma, destek olma da söz konusudur. Türk kültürüne yönelik aile kavramı hakkındaki bulgularla ilgili örnekler şu şekildedir:

K1: "Türk aileleri küçüktür birlikte yaşarlar..."

K2: "Türkiye'de milletinde aile en önemli yere sahiptir insanlar aile büyüklerine her zaman özel saygı duyarlar.... Türkiye'de aile bireyleri birbirlerine oldukça bağımlıdır..."

K3: "misafirperverlik ve cömertliği çok seviyorlar .... Türk aileler küçük ve büyüklere çok saygı duyarlar. Türk insanlarını kedileri çok seviyorlar."

K6: "Türkiye'de aile her şeyin temelidir. Türkiye'deki aile arasında ne olursa olsun bir araya geldiklerinde mutlu olduklarını gördüm."

K7: "Türk Ailesi çok güzel bence. Aralarında sevgiyi yakınlığı ve güvenliği buluyorlar. Çocuk ailede her şey olduğunu ve birbiriyle çok bağlantılı olduğunu görüyorum."

K8: Dünyanın her ülkesinde çok sorunlu aileler var. Türkiye'de de çok sorunlu aileler var. Ama ben tam tersine Türk ailelerinin misafire çok saygı duyduğunu gördüm."



K11: "Bana göre eski zamanlarda aileler daha kalabalıktı ama günümüzde ailelerdeki kişi sayısı azalıyor..."

K12: "Türk ailelerinde çocuklara çok önem veriliyor ve çocukları çok seviyorlar..."

K13: "Türk ailesinde aile bir aradadır azıcık bilgim dâhilinde. Türk erkeklerinin annelerine çok bağlı olduklarına ve aralarında güçlü bir bağ olduğuna inanıyorum. Fark ettiğiniz gibi onlar geniş bir ailedir ve ilişkileri sıkı sıkıya bağlı ve kılan benzeridir."

K15: "Çok fazla bilgim yok ama çocuklar büyükanne ve büyükbabalarının elini öpüyor bayramlarda birbirlerini ziyaret ediyorlar. Birbirlerini destekliyorlar, yardım ediyorlar ve aralarında saygı var. Tatillerde birbirleriyle vakit geçiriyorlar."

K16: "Türk ailesinde çocuk olması çok önemli, bu yüzden her ailenin az iki çocuğu var."

K18: "Türk kültüründe aile kavramı genellikle geniş aile yapısını içerir ve aile bireyleri arasındaki bağlar oldukça güçlüdür. Aile, Türk toplumunda önemli bir yer tutar ve bireylerin sosyal hayatlarında önemli bir rol oynar. Aile içindeki ilişkiler genellikle saygı, sevgi ve dayanışma üzerine kuruludur. Ayrıca Türk ailelerinde misafirperverlik ve birlikte vakit geçirme önemli değerlerdir."

**Tablo 4.** Katılımcıların Türklerin Barışçıl ve Vatansever Kimliği ile Türk Tarihi Konusundaki Bilgi Düzeyine Dair Görüşleri

Temalar	f	%
Vatansever	16	32,00
Barışçı	15	30,00
Türk tarihi hakkında bilgim biraz var	8	16,00
Türk tarihi hakkında bilgim var	6	12,00
Türk tarihi hakkında bilgim yok	3	6,00
Barışçı değil	1	2,00
Cevap yok	1	2,00

Tablo 4'te belirtilen madden, katılımcıların Türklerin barışçıl ve vatansever olup olmadığına ve katılımcıların Türk tarihi hakkında bilgi sahibi olup olmadığına dair görüşlerinden temalar oluşturulmuştur. Katılımcıların çoğu Türklerin vatansever ve barışçı olduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan 8'i Türk tarihi hakkında biraz bilgiye sahip olduğunu ifade ederken, 6'sı ise Türk tarihi hakkındaki bilgilerini ayrıntılı olarak paylaşmıştır. Katılımcılardan 3'ü Türk tarihi hakkında bilgisinin olmadığını belirtmiş ve yine 3 katılımcı bilgi sahibi olup olmadığı hakkında bilgi vermemeyi tercih etmiştir. 1 katılımcı Türklerin barışçı olmadığını belirtmiş başka 1 katılımcı da bu soruya cevap vermemiştir. Türklerin barışçı ve vatansever olup olmadığı ile katılımcıların Türk tarihi hakkında bilgi sahibi olup olmadığı hakkındaki bulgularla ilgili örnekler şu şekildedir:

K4: "Evet Türkler genellikle barışçıl ve vatansever bir millet olarak kabul edilir. Türk tarihi zengin bir geçmişe sahiptir ve birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Türk tarihi uzundur ve bunların en önemlisi Konstantinopolis'i fetheden adil ve başarılı yönetiminin yanı sıra birçok savaşta başarıları ile ünlü olan Fatih Sultan Mehmet'tir."

K7: "Evet Türklerin barışçıl bir millet olduğunu düşünüyorum. Türklerin ülkesini sevmesini ve kimsenin onu yok etmesine izin vermemesini seviyorum. Türk tarihi hakkında pek bilgim yok. Ama biliyorum ki İslam medeniyetinde çok güzel bir geçmişleri var."

K10: "Benim düşüncem evet Türkler barışçı ve vatanseverdirler. Ülkelerini severler ve tüm milli bayramları kutlarlar. Ben biraz Türk tarihi biliyorum. Osmanlı zamanı ve medeniyetler nasıl kuruldu ve Atatürk'ün Ordu Komutanı iken neyi değiştirdiğini biraz biliyorum."

K11: "Bu ülkeye ilk geldiğimde dikkatimi çeken şey, bu ülkenin bayrağına çok bağlı olması ve ülkesine gönül vermesidir. Buna tüm kalbimle katılıyorum. Türk milleti için ülkesinin istikrarı önemlidir. Aslında Barış'tan yanadır, gerçekte savaştan yanadır."

K12: "Çok haklı, çok vatanseverdir genelde araba sürerken ve başka şeylerde bile aralarında kavgalar ve farklılıklar oluyor ama konu ülke ve düşmansa birlik olup düşmanlarını alt ediyorlar. Ve bu çok hoşuma gidiyor. Türk tarihi hakkında biraz biliyorum. Gelecekte Türkiye tarihi hakkında daha fazla çalışmayı planlıyorum."

K13: "Türkler vatanlarını çok severler. İlim onlar için kutsaldır. Tarihleriyle ve vatanlarıyla gurur duyarlar. Türk halkını görünce onların değerlerini, vatan sevgisini, gururunu sevdim. Onlar için değil kutsal bir şeydir. Türk tarihini iyi biliyorum ve seviyorum. Yaptıkları savaşları ve kadim tarihlerini de unutmuyoruz. Türkler milletini, toprağını vatanını, dilini, medeniyetini seven bir halktır."

K18: "Türkler tarih boyunca barışçı bir millet olmuşlardır. Ancak vatandaşlarına vatanlarına ve değerlerine bağlı bir şekilde vatanseverliklerini de korumuşlardır. Türk tarihi hakkında genel bilgilere sahibim ancak tarihin tüm detaylarını bilmem mümkün değil."

K14: "Hayır Türkler barışçı değil. Türk tarihi hakkında Türkiye'de çok var. Ben tarihi bilgi ama ben genellik biraz biliyorum."

**Tablo 5.** Katılımcıların, Türklerin Yardımseverliği ve Başka Kültürlerden İnsanlara Destek Olmalarına Dair Görüşleri

Temalar	f	%
Yardımsever	12	44,44
Destek oluyor	11	40,74
Yardımsever değil	1	3,70
Destek olmaz	1	3,70
Diğer	2	7,41

Tablo 5'te belirtilen maddeden katılımcıların, Türklerin yardımsever ve başka kültürden insanlara destek olan bir millet olup olmadığına dair görüşlerinden temalar oluşturulmuştur. Bulgulara göre katılımcıların çoğu Türklerin yardımsever olduğu ve başka kültürden insanlara destek verdiği görüşündedir. 1 katılımcı Türklerin yardımsever olmadığını belirtmiştir. 1 katılımcı ise dünyada, kendi kültürü dışındaki kültürler kimsenin destek olmayacağı görüşünde olduğunu ifade etmiştir. Katılımcılardan 2'si cevap vermemiştir. 1 katılımcı Türklerin kendi tarihlerini ve kültürünü sevdiğini ve farklı kültürleri tanıdığını belirtmiştir. Başka 1 katılımcı ise bazen Türklerin iyi olduğunu ve herkesi sevdiğini, bazen de kendi ülkelerindeki diğer milletlerden insanları sevmediklerini gördüğünü ifade etmiştir. Bu konu hakkındaki bulgularla ilgili örnekler şöyledir:

K4: "Evet çok daha genellikle yardımsever bir millettir ve farklı kültürden insanlara destek olabilirler Türk halkı ihtiyaç sahiplerine yardım etmek ve insanlık için pozitif katkılar sağlamak konusunda çeşitli çalışmalar yapmaktadır."

K7: "Bazı Türklerin diğer kültürleri desteklediğini düşünüyorum."

K8: "Evet Türk milletine çok faydalıdır. Geçen gün cami imamına dini bir konuda danışmak için camilerden birine gittim. Bana çok iyi davrandı. Evet, başka kültürden insanlara destek veriyorlar."

K13: "Bence Türkler kendi kültürlerini seviyorlar ve her şeyi seviyorlar ben buna ırkçılık demiyorum, onların tarihine ve diline olan saf sevgisi diyorum ve onlara değer veriyorlar..."

K18: "Evet çok daha genelde yardımsever bir millet olarak bilinirler ve başka kültürden insanlara daha destek olabilirler. Türk halkı doğal afetlerde, savaşlarda ve diğer acil durumlarda dünya genelinde yardım faaliyetlerinde bulunmuş ve insanlara destek olmuştur."

K20: "Evet çok daha genel olarak yardımsever bir millet olarak bilinir. Türk insanı hem kendi halkını hem de diğer kültürden insanları desteklemeye önem veriyorlar. Afet durumlarında özel hassasiyet göstererek ihtiyaç sahiplerine yardım ederler."

K21: "Evet çoktan yardımsever bir millet. Çünkü farklı ülkelerden insanlar Türkiye'ye gelir, öğrenme, tedavi veya turizm için. Türkler yardımsever bir millet olmasa onlar Türkiye'ye gelmez ama Türkiye'de çok öğrenci var."

#### Olumsuz cevaplar

K9: "Dünya kültürleri açık bir şeydir ve hiçbir ülkeye kendi kültürü ve düşüncesi dışındaki bir kültürü desteklemez çünkü kendi kültürüne karşı bir kültür her zaman olacaktır."

K12: "Yaklaşık 4 yıldır Türkiye'de yaşıyorum ve para dışında yardım edecek bir Türk ile tanışmadım. Bence bir Türk için para her şeyden önemlidir."

Araştırmanın birinci aşamasında, katılımcıların yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan dört temel açık uçlu soruyu yanıtlamasının ardından ikinci aşamada film izleme etkinliği gerçekleştirilmiştir. Son aşamada katılımcılardan görüşme formunda yer alan yedi temel açık uçlu soruyu yanıtlanması istenmiştir. Bu yedi sorunun ilk dört sorusu birinci aşamada yer alan sorularla aynıdır. Buradaki amaç, film izleme etkinliğinin ardından katılımcılardaki değişimi gözlemlemektir. Katılımcıların cevapladığı son aşamadaki soruların bulguları şu şekildedir:

**Tablo 6.** Katılımcıların Filmler Aracılığıyla Değer (Kültür) Aktarımı Yapılıp Yapılamayacağına Dair Görüşleri

Kategoriler	Temalar	f	%
Evet	Tarihi filmler	1	4,55
	Başka kültür ve değerleri anlama imkanı	1	4,55
	Yaşam tarzı	7	31,82
	Görsel ve işitsel	3	13,64
	Düşünce tarzı	1	4,55
	Duygusal unsurlar	1	4,55
	Gerçek hayatı yansıtırma	1	4,55
	Diğer	6	27,27
Belirsiz cevap		1	4,55

Tablo 6'da belirtilen maddeden katılımcıların birinci aşamada verdikleri cevaplarla son aşamada verdikleri cevaplar karşılaştırıldığında verilen cevapların değişiklik gösterdiği gözlemlenmiştir. Daha önce olumsuz cevap bildiren katılımcı, film izleme etkinliğinden sonra olumlu bir cevap vermiştir. Ayrıca tabloya belirsiz cevap kategorisi eklenmiştir.

**Tablo 7.** Katılımcıların Türk Kültürüne Yönelik Aile Kavramına Dair Bilgileri

Kategoriler	f	%	Temalar	f	%
Bilgim var	21	100,00	Bağımlılık	9	26,47
			Çocuklara önem	4	11,76
			Küçük aile	2	5,88
			Saygı	6	17,65
			Sevgi	-	
			Misafirperver	5	14,71
			Geniş aile	5	14,71
			Diğer	3	8,82
Bilgim yok	-				
Cevap yok	-				

Tablo 7’de belirtilen madden katılımcıların birinci aşamada verdikleri cevaplarla son aşamada verdikleri cevap karşılaştırıldığında verilen cevapların değişiklik gösterdiği gözlemlenmiştir. Daha önce bilgisi olmadığını belirten 2 katılımcı görüş ifade etmiş, cevap vermeyen 1 katılımcı ise bu sefer soruyu cevaplamıştır.

Birinci aşamadaki bulgularda 3 katılımcı sevgi temasına yer verirken, son aşamada bu temadan bahseden katılımcı olmamıştır.

**Tablo 8.** Katılımcıların Türklerin Barışçıl ve Vatansever Kimliği ile Türk Tarihi Konusundaki Bilgi Düzeyine Dair Görüşleri

Temalar	f	%
Vatansever	10	26,32
Barışçı	8	21,05
Türk tarihi hakkında biraz var	5	13,16
Türk tarihi hakkında bilgim var	8	21,05
Türk tarihi hakkında bilgim yok	1	2,63
Türk tarihi hakkında görüş yok	5	13,16
Barışçı değil	1	2,63
Cevap yok	-	

Tablo 8’de belirtilen madden katılımcıların birinci aşamada verdikleri cevaplarla son aşamada verdikleri cevap karşılaştırıldığında verilen cevapların değişiklik gösterdiği gözlemlenmiştir. Elde edilen yeni bulgulara göre birinci aşamada Türk tarihi hakkında biraz bilgisi olduğunu söyleyen 8 katılımcıdan 3 katılımcı son aşamada bilgi sahibi olduğuna dair görüş belirtmiştir. Birinci aşamada katılımcılardan 6’sı Türk tarihi hakkında bilgisi olduğunu belirtirken, son aşamada bu görüşe 2 katılımcı daha eklenmiştir. Türk tarihi hakkında görüşü olmadığını söyleyen 3 katılımcıdan 2’si son aşamada bilgi paylaşımında bulunmuştur. Daha önce cevap vermeyen katılımcı da son aşamada soruya cevap vermiştir. Son olarak birinci aşamada görüş bildiren 5 kişi son aşamada soruya cevap vermiş fakat cevaplarını soruya göre belirtmemişlerdir. Bu katılımcılar için, “Türk tarihi hakkında görüşü” yok teması oluşturulmuştur.

**Tablo 9.** Katılımcıların, Türklerin Yardımseverliği ve Başka Kültürlerden İnsanlara Destek Olmalarına Dair Görüşleri

Temalar	f	%
Yardımsever	14	46,67
Destek oluyor	11	36,67
Yardımsever değil	1	3,33
Destek olmaz	1	3,33
Diğer	2	6,67
Cevap yok	1	3,33

Tablo 9’da belirtilen madden katılımcıların birinci aşamada verdikleri cevaplarla son aşamada verdikleri cevap karşılaştırıldığında verilen cevapların bazılarının değişiklik gösterdiği gözlemlenmiştir. Türklerin yardımsever olduğunu düşünen katılımcılar 12’den 14’de yükselmiştir. Türklerin başka kültürden insanlara destek olduğunu düşünen katılımcı sayısıyla yardımsever olmadığını ve destek olmadığını düşünen katılımcı sayısı birinci aşamanın bulgularına göre aynıdır. Soruya göre cevap vermeyen “diğer” temasında belirtilen katılımcı sayısı da 2’den 4’e yükselmiştir. Katılımcılardan 1’i de birinci aşamada cevap verdiği soruya son aşamada cevap vermemiştir.

**Tablo 10.** Katılımcıların, Türk Değerlerini (Kültürünü) Öğrenmek için Bir Film İzlemenin Yeterliliğine Dair Görüşleri

Kategoriler	Temalar	f	%
Hayır	Film izlemek yeterli değil	12	54,55
	Bir film izlemek yeterli değil	9	40,91
Evet	Sadece bir konu için yeterli	1	4,55

Tablo 10’da belirtilen madden katılımcıların Türk değerlerini öğrenmek için bir filmin yeterli olup olmadığına dair görüşlerinden temalar oluşturulmuştur. Elde edilen bulgulara göre katılımcılardan 12’si, Türk değerlerini öğrenmek için sadece film izlemenin yeterli olmadığını belirtmiştir. 9 katılımcı ise bir film izlemenin Türk değerlerini öğrenmek için yeterli olmadığını görüşündedir. 1 katılımcının görüşüne göre ise Türk değerlerini bir filmle öğrenebilmek mümkündür. Bu konu hakkındaki katılımcı görüşleri şöyledir:

*K10: “Filmi izlemek size Türk değerleri hakkında çok şey öğretir ama yeterli değildir. Çünkü Türklerin özellikle tarihlerinde pek çok değer vardır.”*

*K12: “Etkisi büyük ama yeterli değil.”*

*K18: “Bir film izlemek Türk değerlerini ve kültürünü kavramak için yeterli olmayabilir ancak bir film bu değerleri ve kültürü anlamak için iyi bir başlangıç olabilir.”*

*K20: “Film bir kültür öğrenmek için iyi bir başlangıç olabilir ancak tek başına yeterli değildir.”*

Tablo 11’de belirtilen madden katılımcıların derslerde değer aktarımına yönelik film seyredilmesi ve bu filmlerin ne kadar süreyle seyredilmesine dair görüşlerinden temalar oluşturulmuştur. Katılımcıların çoğu bu araştırma kapsamında seyredilen “Ayla” filmi gibi filmlerin derslerde seyredilmesi gerektiği görüşünde olduğunu belirtmiştir. Her katılımcı farklı süre önerisinde bulunmuştur. Katılımcılardan bazıları süre açısından hafta bazında görüşlerini belirtirken bazıları ise saat bazlı süre önerisinde bulunmuştur. Bu konu hakkında katılımcı görüşleri şöyledir:

K4: "Evet bu filmleri seviyorum çünkü hayata dair önemli mesajlar veriyorlar ne kadar süreyle yapılacağı öğretmene ve sınıfın ihtiyaçlarına bağlı olacaktır."

K5: "Diyelim ki Haftada bir gün bir saat film izliyoruz bunun öğrencilerini konuşma ve dinleme becerilerini geliştirdiğine inanıyorum."

K10: "Evet bu filmleri sınıfta haberi sadece izlemeyi çok seviyorum çünkü bu filmler Türk tarihini değerlerini kültürünü çok güzel anlatıyor."

K13: "Öğrencinin üzerindeki akademik baskıyı hafifletecek ilk şeyin tür film olması çok önemli diye düşünüyorum ikinci şey ise kelimelerin nasıl telaffuz edildiğine dair daha fazla şey duymak 3 şey daha eğitimi Olmaktır haftada bir saat yeterli sanırım."

**Tablo 11.** Katılımcıların, Türk Değerlerini (kültürünü) Öğrenmek için Bir Film İzlemenin Yeterliliğine Dair Görüşleri

Kategoriler	f	%	Temalar	f	%
Evet	19	90,48	Haftada 1 kez	5	26,32
			3 Saat	3	15,79
			2 Saat	3	15,79
			İhtiyaca göre değişir	2	10,53
			İki haftada bir	1	5,26
			4 Saat	1	5,26
			3 saat	1	5,26
			Diğer	3	15,79
Hayır	2	9,52			

**Tablo 12.** Katılımcıların İzledikleri Filmde En Beğendikleri ve En Beğenmedikleri Sahnelere Dair Görüşleri

Kategoriler	Temalar	f	%
Beğendiğim Sahne	Kavuşma ve güzel anlar	8	19,05
	Yardımseverlik ve dayanışma	7	16,67
	Diğer	6	14,29
Rahatsız Olduğum Sahne	Savaş ve ayrılık	8	19,05
	Duygusal zorlanma	3	7,14
	Diğer	8	19,05
Rahatsız Olduğum Sahne yok		2	4,76

Tablo 12’de belirtilen maddeden katılımcıların izledikleri filmde en beğendikleri ve en beğenmedikleri sahnelerle dair görüşlerinden temalar oluşturulmuştur. Bu konu hakkındaki katılımcı görüşleri şöyledir:

K2: "Filmde en sevdiğim sahne yıllar sonra Buluşmaları ve hüznü ayrılık sahnesi."

K3: ".....En rahatsız olduğum sahne çok sayıda bomba ve cinayet sahnesi..."

K5: "Filmde en sevdiğim sahne Süleyman karakterinin insanlara yardım etmeyi çok sevmesi Bu yüzden küçük kıızı görünce hiç tereddüt etmeden onu da yanına alması."

K10: "Filmin sonu kızla tanışması filmin en güzel sahnesidir izlerken en rahatsız olduğumuz sahne dövüş sahneleriydi ben en etkileyen sahne Ali'nin ölümüydü."

K15: "En çok beğendim küçük kız ölümden kurtarma sahnesi rahatsız olduğum sahne yok film her sahnesi mükemmeldir."

## SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Filmler, birden çok duyu organına hitap eden yaratımlardır. Olaylar, konular ve durumlar filmler aracılığıyla somut hâle gelmekte; filmler ile toplum değerlerinin (kültürünün) eğlenceli bir yolla aktarılması gerçekleşmektedir. Alan yazındaki araştırmalarda; filmler aracılığıyla değer aktarımı etkinliğinin, yabancılara Türkçe öğretiminde kullanımının arttırılması gereken faydalı bir metot olduğu belirtilmektedir.

“Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Konuşma Becerisi Kazandırmada Filmlerin Kullanımı” adlı çalışmada; doğru film seçimi ve doğru yöntem kullanımıyla yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde, öğrencilere konuşma becerisi kazandırmada filmlerin önemli bir yere sahip olduğu belirtilmiştir (İşcan ve Karagöz, 2016: 1277).

“Yabancılara Türkçe öğretiminde filmlerin kullanımı (Selvi Boylum Al Yazmalım filmi örneği)” isimli başka bir araştırmada ise; Batı’da sistematik bir biçimde yabancı dil öğretiminde filmlerin kullanıldığı hatta Uzakdoğu ülkelerinde de bu yönetime gereken değerin verilmeye başlandığı vurgulanmıştır. Araştırmada özellikle filmlerde yer alan kültürel öğelerin öğrenciler/katılımcılar tarafından iyi anlaşılabilmesi adına etkinliklerde öğretmen/uygulayıcı etkisinin gerekli olduğu ifade edilmiştir (İşcan ve Delen, 2017: 97-98).

“Filmlerle Yabancılara Türkçe Öğretimi: Beyaz Melek Film Örneği” çalışmasında da yabancılara Türkçe öğretiminde film kullanımının; dört temel dil becerisini (dinleme, okuma, konuşma, yazma) geliştirmede kullanılabileceğinin ve Türk kültürüne dair unsurları hem anlamada hem doğru biçimde kullanmada mühim bir yere sahip olduğunun altı çizilmiştir (Yılmaz ve Diril, 2015: 237-238).

Yabancılara Türkçe öğretimine yönelik metot olarak film kullanımının örneklerini çoğaltmak mümkün olmakla birlikte bu çalışmada gerçek bir olaydan yola çıkılarak çekilen “Ayla” filmi kullanılmıştır. Bu film, Türkiye-Kore arasındaki ilişkiye yer vermektedir. İki ülkenin kültürü arasındaki benzerlikleri ve farklıları işleyen film, kültürel farkındalık kazandırması açısından da seçilmiş önemli bir örnektir.

İnsanî ilişkilerin kıymetini vurgulayan “Ayla” filmi, Türkçe ve Korece dillerinin gerçek kullanımını göstermekte, dil öğrenimine katkı sağlamakta ve dil öğrenenler için pratik bir kaynak oluşturmaktadır.

Çalışmada, yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde değer aktarım aracı olarak filmlerin kullanılmasının etkili olup olmadığının tespiti amaçlanmıştır. 21 öğrenciden yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla elde edilen bulgulara göre şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Katılımcılar, genel olarak filmlerin değer aktarımında etkili bir yol olduğu görüşündedir.
- Katılımcıların çoğu Türkçe öğretiminde ders içinde, değer aktarım aracı olarak filmlerin seyredilmesi gerektiği düşüncesindedir. Ne kadar süre film seyrettirilmesi konusunda ise katılımcıların birbirinden farklı görüşleri bulunmaktadır.
- Katılımcılar yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde değer aktarımı için bir film izlemenin yeterli olmadığı görüşündedir. Bazı katılımcılar ise değer aktarımının sadece filmlerle mümkün olamayacağını vurgulamıştır.
- Katılımcıların filmi izlemeden önceki görüşleriyle filmi izledikten sonraki görüşleri arasında farklar olduğu tespit edilmiştir.
- Öğrencilerin B2 seviyesinde olması, Türkçe olan ve altyazı bulunmayan bu filmi kolay izlemelerini, anlamalarını sağlamıştır.

Üç aşamada gerçekleştirilen bu çalışmada; katılımcılara birinci ve üçüncü aşamada 4 adet ortak açık uçlu soru sorulmuş, katılımcıların bu sorulara verdikleri cevaplar karşılaştırılmıştır. Elde

edilen bulgulara göre her iki aşamada, aynı sorulara verilen cevapların değişiklik gösterdiği gözlemlenmiştir. Bazı öğrenci görüşlerinden oluşturulan kategoriler ve bu kategorilerden elde edilen temalar arasında iki uygulama arasında farklılıklar ortaya çıkmıştır. Aynı sorulara verilen farklı cevapların sebepleri ise şu şekilde olabilir;

- Uygulamanın başında öğrencilerin fikirlerini daha rahat ifade edebilmeleri için kendi dillerinden Türkçeye çeviri yapabilecekleri belirtilmiştir. Katılımcıların kullandıkları çeviri araçları dolayısıyla cevaplarına yönelik farklılık olduğu düşünülebilir.
- Aynı sorularla karşılaşan öğrencilerin ikinci uygulamada sıkılmış oldukları ve bu yüzden farklı cevaplar verdiği yorumu da yapılabilir.

Bu farklılıklar, olumlu sonuçların elde edilmesini de sağlamıştır. “Filmler aracılığıyla değer aktarımı yapılabileceğini düşünüyor musunuz?” sorusuna tek olumsuz cevabı veren katılımcı, son aşamada cevabını değiştirmiş ve olumlu cevap vermiştir. İlk aşamada cevap vermeyen ya da görüş bildirmeyen bazı katılımcılar da son aşamada görüşlerini belirtmeyi tercih etmişlerdir.

Elde edilen bulguların bütününden hareketle; yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde değer aktarım aracı olarak filmlerin izlettirilmesine yönelik şu önerilerde bulunulabilir:

- Dil öğretiminde öğretmenler, değer aktarımı için ders içinde film izleme etkinlikleri düzenleyebilir.
- Filmlerin izlenme aralığı ve süresi, dersin içeriğine veya ihtiyacına göre öğretmenler tarafından belirlenebilir.
- Film izleme etkinliği gerçekleştirilirken öğrencilerin dil seviyesi göz önünde bulundurulmalıdır. Düşük seviyedeki öğrenciler için, alt yazılı filmlerin tercih edilmesi daha uygun olabilir.
- Bu araştırmaya benzer bir çalışma yapılırken öğrencilerden, soruların cevaplarını çeviri yaparak vermelerinden önce direkt kendi ana dillerinde ya da yetkin oldukları başka bir dilde cevaplamaları istenebilir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayın Etik Kurulundan 24.05.2024 tarih ve 07 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

## KAYNAKÇA

Akkaya, A. (2013). Yabancılara Türkçe öğretimi kapsamında fıkralar: Nasreddin Hoca fıkraları, *Milli Folklor*, 125(100), 71-181.

Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?, *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.

Istanto, J. (2009). The use of films as an innovative way to enhance language learning and cultural understanding, *Electronic Journal of Foreign Language Teaching*, 6(1), 278-290.

İşcan, A. (2017). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Kültür Aktarım Aracı Olarak Filmlerden Yararlanma, *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 58, 437-452.



İşcan, A. ve Delen, M. (2017). Yabancılara Türkçe öğretiminde filmlerin kullanımı (Selvi Boylum Al Yazmalım filmi örneği), *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 5(2), 87-101.

İşcan, A. ve Karagöz, B. (2016). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Konuşma Becerisi Kazandırmada Filmlerin Kullanımı, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1265-1278.

Küçük Turgut, B. (2020). Değerler eğitimi yaklaşım ve uygulamaları, H. Ekşi ve A. Katılmış (Ed.), *Karakter ve Değerler Eğitimi* içinde (ss.95-114) Ankara: Pegem.

Memiş, M. R. (2016). Yabancı Dil Öğretiminde Eğitim Ortamı ve Kültür Aktarımı, *Turkish Studies*, 11(9), 605-616.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, F. ve Diril, A. (2015). Filmlerle Yabancılara Türkçe Öğretimi: Beyaz Melek Film Örneği, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(10), 223-240.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

**Türkiye'de Gelir Eşitsizliği, Demokrasi Okulları, Yenilenebilir Enerji ve Yaşam Memnuniyeti: Kalkınma Ekonomisine Kümülatif Nedensellik Yaklaşımı**

Öğr. Gör. Dr. Resul TELLİ, Çukurova Üniversitesi, Pozantı Meslek Yüksekokulu, Adana, e-posta: [rtelli@cu.edu.tr](mailto:rtelli@cu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9110-6406>

**Öz**

Gelir eşitsizliği, sosyal eşitlik ve ekonomik sürdürülebilirlik açısından önemli kısıtlamalar oluşturmaktadır. Bu nedenle gelir eşitsizliğini azaltıcı faktörlerin araştırılması önem arz etmektedir. Bu amaçla yapılan bu çalışmada, Türkiye'de 26 bölgede 2010-2024 döneminde demokratik katılım, yenilenebilir enerji istihdamı, kamu altyapı yatırımları ve yaşam memnuniyeti göstergelerinin gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi iki farklı metot (Driscoll-Kraay Panel Nedensellik Analizi ve Süper Slacks-Based Measure) yardımıyla araştırılmıştır. Regresyon analizi ile elde edilen bulgular artan seçimlere katılımın, yenilenebilir enerji istihdamının, altyapı yatırımlarının ve yaşam memnuniyetinin kırsal bölgelerde öncelikli olmak koşuluyla gelir eşitsizliğini azaltarak sosyoekonomik gelişimi desteklediğini işaret etmiştir. SBM analizine göre ise kentsel bölgelerdeki toplam faktör verimlilik düzeyi kırsal bölgelerdekinden daha yüksek hesaplanmıştır. Bu bulgular, demokratikleşme, yenilenebilir enerji kaynaklarının genişletilmesi ve altyapının iyileştirilmesine odaklanan bölgeye özgü politikaların gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır. Bu kapsamda çalışma, konusu itibarıyla sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etme konusunda literatüre önemli katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Gelir Eşitsizliği, Demokrasi Okulları, Yenilenebilir Enerji, Ekonomik Gelişme, Türkiye.

**Makale Gönderme Tarihi:** 09.01.2025

**Makale Kabul Tarihi:** 03.03.2025

**Önerilen Atıf:**

Telli, R. (2025). Türkiye'de Gelir Eşitsizliği, Demokrasi Okulları, Yenilenebilir Enerji ve Yaşam Memnuniyeti: Kalkınma Ekonomisine Kümülatif Nedensellik Yaklaşımı, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(3): 178-198.



Journal of Social, Humanities and  
Administrative Sciences

2025, 8(3): 178-198. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1510](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1510)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: [www.sobibder.org](http://www.sobibder.org)



RESEARCH PAPER

**Income Inequality, Democracy Schools, Renewable Energy, and Life Satisfaction in Turkey: A Cumulative Causation Approach to Development Economics**

Dr. Resul TELLİ, Çukurova University, Pozantı Vocational School, Adana, e-mail: [rtelli@cu.edu.tr](mailto:rtelli@cu.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9110-6406>

**Abstract**

Income inequality constitutes important constraints for social equality and economic sustainability. Therefore, it is important to investigate the factors that reduce income inequality. In this study, the impact of democratic participation, renewable energy employment, public infrastructure investments, and life satisfaction indicators on income inequality in 26 regions of Türkiye for the period 2010-2024 is investigated with two different methods (Driscoll-Kraay regression and Super SBM). The insights from the regression analysis indicate that increased electoral participation, renewable energy employment, infrastructure investments and life satisfaction support socioeconomic development by reducing income inequality, with priority in rural areas. According to the SBM analysis, the total factor productivity level in urban areas is higher than in rural areas. These results emphasize the need for region-specific policies focusing on democratization, renewable energy, and infrastructure development, offering actionable insights for addressing income inequality and advancing sustainable development in Türkiye.

**Keywords:** Income Inequality, Democracy Schools, Economic Development, Renewable Energy, Türkiye.

**Received:** 09.01.2025

**Accepted:** 03.03.2025

**Suggested Citation:**

Telli, R. (2025). Income Inequality, Democracy Schools, Renewable Energy, and Life Satisfaction in Turkey: A Cumulative Causation Approach to Development Economics, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(3): 178-198.

## GİRİŞ

Ajanda 2030, 193 Birleşmiş Milletler (BM) üyesi ülke tarafından “Eylem On Yılı” adıyla onaylanmış sürdürülebilir kalkınma için son derece önemli bir anlaşmadır. Ajanda 2030 ile dünya ülkelerinde 2020-2030 yılları arasında gerçekleştirilmesi planlanan 17 amaç belirlenmiştir. Bu amaçlar içerisinde yoksulluğa son vermek, dünyayı ve çevreyi korumak ve tüm insanların barış ve refah içinde yaşamasını sağlamak hedefleri öncelikli olarak sıralanmaktadır. Bununla birlikte iklim değişikliğiyle mücadele, ekonomik özgürlük, sürdürülebilir tüketim ve adalet gibi yeni kavramlar da bu hedeflere eklenmiştir. Bu kapsamda Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) içerisinde Ajanda 2030’u barındırmakta olup SKH’nin en önemli gündemlerinden 3 tanesi sırasıyla yoksulluğun azaltılması, gelir eşitsizliğinin azaltılması ve yenilenebilir enerjiye erişim olarak belirlenmiştir.

Yeşil enerji ve yoksullukla mücadele gelir adaletinin sağlanmasında iki önemli etkidir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler 2000’li yıllarla birlikte sürdürülebilir kalkınma politikaları kapsamında bu iki önemli hususu birincil öncelikli politika haline getirerek gelir eşitsizliğini azaltmayı hedeflemişlerdir. Fakat tüm bu çabalara rağmen halen gelişen ülkeler için durumun pek değişmediği görülmektedir (Adeleye vd., 2020; Cerra vd., 2021).

Adil yönetimin ve eşitliğin temel dayanağı olarak ifade edilen demokrasinin, vatandaşların yaşam standardına olan etkileri yaşam memnuniyetini fertlerin gelir dağılımına etki ederek değiştirmektedir. Bu etki memnuniyeti artırabileceği gibi duruma göre azaltabilmektedir (Fairchild ve Weinrub, 2017; Zecca ve Nicolli, 2021; Acheampong vd., 2021). Bu çerçevede demokrasi okulları ile gelir adaleti arasındaki ilişkiye yönelik çalışmaların kapsamı henüz literatürde istenilen seviyelerde değildir. Buna karşın birtakım araştırmalara göre demokrasi okullarının gelir eşitsizliği ile organik bir bağının bulunmadığı belirtilirken (Braithwaite ve Braithwaite, 1980; Crawford ve Abdulai, 2012); diğerlerine göre bu iki değişken arasında güçlü ve ters bir ilişki olduğu savunulmaktadır (Muller, 1988; Reuveny ve Li, 2003; Lee, 2005). Bu yönüyle demokrasi okullarının gelir adaleti konusunda irdelenmesi ve elde edilen sonuçların politika yapımında göz önünde bulundurulması gerektiği anlaşılmaktadır.

Son elli yıldır gelişmekte olan devletler yeşil ekonomik dönüşüme önem vermekte ve yenilenebilir enerji politikaları ile ekonomik kalkınmanın sağlanmasında sürdürülebilirliği elde etmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı’nın 2018 yılı raporunda da ifade edilen bireysel kapasiteleri artırıcı özelliğine sahip yenilenebilir enerji ile gelir adaleti arasında önemli bir bağ olduğu görüşü ile bu tarz ülkelerde vatandaşların yeşil enerjiye erişimi önündeki engellerin kaldırılması birincil öncelik haline getirilmiştir. Bu bağlamda gelişmekte olan ekonomiler açısından yenilenebilir enerji konusu enerji verimliliğinin artırılmasında hayati öneme sahiptir (Policardo, 2015; Yang, 2022; Mahalik vd., 2023; Asongu ve Odhiambo, 2024; Adom vd., 2021). Bu nedenle söz konusu enerji üretimine yönelik altyapı yatırımlarının artırılması bir zaruret haline gelmiştir. Bu yönüyle kamu harcamalarının artırılması suretiyle genişleyen mecmu harcamalar ve talep artışı mal ve hizmetler piyasasında üretimi tetiklemek suretiyle istihdamda da bir artışı meydana getirmektedir. Artan istihdam ile bireylerinin hanelerine giren artı gelirler yeniden harcamaları tetiklemek suretiyle kişisel gelir üzerinde pozitif yönde bir katkı oluşturmaktadır. Kişi başına düşen gelirlerin artması, gelişen ekonomilerde yoksullukla mücadelede itici bir role sahipken hala gelir adaletinin istenilen ölçekte sağlanamamış olması gelişen piyasalar için ciddi bir sorun olmaya devam etmektedir (Duygan ve Güner, 2006; Brada ve Bah, 2014). Bu durum enerji konusunu Ajanda 2030’da sıralanan diğer tüm faktörler gibi gelir eşitsizliğinin azaltılmasında kritik bir noktaya getirmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye'nin İBBS 2. Düzeyinde bulunan 26 bölgesinde demokrasi okulları ve yenilenebilir enerji istihdamının gelir eşitsizliği ile olan karmaşık ilişkisinin açıklanması amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmada Türkiye'nin kentsel ve kırsal bölgeleri için demokrasi okulları, altyapı yatırımları ve yaşam memnuniyetinin yanı sıra yenilenebilir enerji istihdamının da gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Benzer çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada altyapı yatırımları ve yaşam memnuniyeti değişkenlerine ek olarak demokrasi okulları ve yenilenebilir enerji istihdamının gelir eşitsizliği ile ilişkisi hem panel nedensellik hem de veri zarflama metodu gibi ayrı modellerle analize tabi tutulmuştur. Bu yönüyle çalışmanın Türkiye'nin bölgelerindeki gelir adaletine yönelik oluşturulacak politikalara ve bundan sonraki benzer çalışmalar önemli bir kaynak olacağı düşünülmektedir.

## **LİTERATÜR ARAŞTIRMASI**

Araştırmanın içeriğine göre literatür taraması yapılırken bir yandan konu içeriği göz önünde bulundurulmuş diğer yandan da kullanılan ampirik yöntem dikkate alınmıştır. Bu nedenle literatür özetleri ilgili alt başlıklar içerisinde konu, anlam ve metodoloji bakımından ilişkilendirilerek aktarılmıştır.

### **Gelir Eşitsizliği ve Yenilenebilir Enerji**

Literatürde yoksulluğun belirleyicilerinden olan gelir eşitsizliğinin yenilenebilir enerji ile ilişkisini ortaya koyan farklı çalışmalar bulunmaktadır. Güncel çalışmalardan olan Husaini vd., (2024), doğal kaynaklara bağımlılığın gelir eşitsizliğini nasıl etkilediğini ve yenilenebilir enerjinin bu ilişkiyi iyileştirmede bir rol oynayıp oynamadığını değerlendirmek amacıyla 1996-2020 yılları arasındaki verilerle Asya'daki doğal kaynak zengini 10 ülkenin panel verileri ile analiz yapmıştır. Çalışma sonucunda doğal kaynak bağımlılığının gelir eşitsizliğinin artmasına neden olduğunu ortaya koyarak yenilenebilir enerji bu olumsuz etkiyi önemli ölçüde azalttığı tespit edilmiştir.

Acheampong vd., (2024) çalışmalarında, 66 ülke verisi kullanılarak enerji tüketimi ile yolsuzluk, gelir eşitsizliği ve gelirin adaleti arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmada GMM metodu kullanılarak yapılan analiz sonucunda gelir eşitsizliğinin toplam enerji ve yenilenebilir enerji tüketimini azaltırken yenilenemeyen enerji tüketimini artırdığı sonucuna varılmıştır.

Sharma ve Rajpurohit, (2022) tarafından yapılan çalışmada ise Hindistan'da gelir eşitsizliği ile yenilenebilir enerji arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılmıştır. Çalışmada 1980-2016 dönemine ait veriler üzerinden Doğrusal Olmayan Otoresif Dağıtılmış Gecikmeli (NARDL) modeli kullanarak, kişi başına düşen gelirin, yenilenemeyen enerji tüketiminin ve insan sermayesi gelişiminin yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Çalışmada artan gelir eşitsizliğinin yenilenebilir enerji tüketiminde azalmaya yol açarken, kişi başına düşen gelirin ve insan sermayesi gelişiminin artmasının ise yenilenebilir enerji tüketiminde artışa yol açtığı sonucuna varılmıştır.

Bununla birlikte Masron ve Subramaniam (2021) çalışmalarında, yenilenebilir enerjinin yoksulluk üzerindeki çevresel yıkımı azaltıcı etkisi hakkında ampirik bir analiz yapılmıştır. Çalışmada gelişmekte olan ülkelerin 2001-2014 dönemine ait verileri yardımıyla GMM analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışma bulgularına göre analizdeki ülkelerin tamamı için yenilenebilir enerji kullanımı ile yoksulluğun azaltılması arasında doğrusal bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte çalışmada yenilenebilir enerji kullanımının gelir eşitsizliğinin azaltılmasında da oldukça önemli faktör olduğu belirlenmiştir.

Churchill vd., (2021) çalışmalarında, 17 ülke verisi kullanarak 1990-2016 yılları arasında gelir eşitsizliği ile yenilenebilir enerji arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Analizde non-parametrik metod tercih edilmiş olup, elde edilen bulgular yıllar arasında farklılık arz etmektedir. Buna göre çalışma ile gelir eşitsizliğini yenilenebilir enerji kullanımını bazı yıllarda az, bazı yıllarda daha fazla olmak suretiyle dönemin tamamında etkilediği tespit edilmiştir.

Gelir eşitsizliğinin yenilenebilir enerji kullanım oranını etkileyip etkilemediğinin araştırıldığı diğer bir çalışmada Uzar (2020), gelişmiş ve gelişen ekonomilerden oluşan 43 ülke gurubu için 2000 ila 2015 yılları arasındaki verilerle ampirik bir analiz gerçekleştirmiştir. Analizde CO2 emisyonları, ticari açıklık, yolsuzluk oranı ve kişi başına düşen gelir değişkenleri kullanan Uzar, gelir eşitsizliğini azaltmanın yenilenebilir enerji tüketimini pozitif yönde etkileyeceği sonucuna ulaşmıştır. Ayı minvalde Topcu ve Tugcu (2020) ise çalışmasında, yalnızca gelişmiş ekonomileri örneklem olarak belirlemiş ve 1990'dan 2014'e kadarki veriler yardımıyla Uzar (2020) ile aynı sonuca ulaşmıştır. Bunlarla birlikte literatürde Simionescu ve Cifuentes-Faura, (2024), Meybodi ve Owjimehr, (2024), Barak (2022) ve Asongu ve Odhiambo (2021) vd., çalışmalarda da Gini endeksi ile temsil edilen gelir eşitsizliğinin azaltılması, yenilenebilir enerji politikalarının yeniden düzenlenmesi, yenilenebilir enerji sektörünün ve yeşil endüstrilerin gelişiminin teşvik edilmesine yönelik çeşitli politika önerileri geliştirildiği görülmektedir. Literatürde bulunan çalışmalardan hareketle bu çalışma için şu hipotez öne sürülebilir:

H1. Gelir eşitsizliği yenilenebilir enerji kullanımını üzerinde etkilidir.

## **Demokrasi ve Gelir Eşitsizliği**

Gelir eşitsizliğinin demokrasi üzerindeki etkilerini inceleyen ilk çalışmalar arasında gösterilen Braithwaite ve Braithwaite (1980) ve Muller (1988), bu ilişkinin karşılıklı etkileşimleri ve sürdürülebilir kalkınma üzerindeki yansımaları bağlamında önemli çıkarımlar ortaya atmışlardır. Bu öncü çalışmalardan bir diğeri olan Weede (1989), de aynı şekilde demokrasi ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışmada çeşitli ülkelerin çapraz kesit verileri ile yapılan analiz neticesinde gelir eşitsizliği ile demokrasi arasındaki ilişkinin ülkelerin yapısal özellikleri bağlamında dinamik bir boyutta olduğu ve değişkenlik gösterdiği görülmüştür. Devamında 1997 yılında Weede, aynı çalışmayı bir ileri taşıyarak demokratik rejimler ve gelir dağılımı arasındaki ilişkinin ekonomik büyümeye olan etkilerini literatürde bulunan modellemeler aracılığıyla panel veri analizi metodu ile araştırmıştır. Elde edilen sonuçların bir önceki çalışmasındakiyle benzerlik içerdiği ve aynı şekilde ülkelerin yapısal farklılıklarının demokratik rejimler, gelir dağılımı ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi karmaşıkleştirdiğini ve stabil olmayan sonuçlara götürdüğünü ortaya koymuştur.

Milanovic vd., (2001) çalışmasında, benzer şekilde demokrasi ile gelir eşitsizliği arasındaki nedensellik ilişki analiz edilmiştir. Bu amaçla çalışmada, 126 ülke için 1960-1998 dönemine ait demokratikleşme seviyesi ve GINI katsayısı verileri ile ampirik bir analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışma bulgularına göre demokratikleşme ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişkinin ülkelerin sosyo-kültürel ve ideolojik yapısına göre değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir.

Doğu Asya ülkelerinde gelir eşitsizliğinin demokratik uygulamalar üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir diğer çalışma olan Wu ve Chu (2007), gelir eşitsizliğinin artması ile vatandaşların demokratik rejimlerden beklenti ve memnuniyetinin azaldığı sonucuna varmıştır. Diğer yandan Çin'deki sekiz eyalet özelindeki çalışmada Shen ve Yao (2008), 1986-2002 döneminde toplamda 48 köyde, köy ve hane halkı anket verilerini kullanarak, köy seçimlerinin getirilmesinin köy düzeyinde gelir dağılımını nasıl etkilediğini incelemiştir. Statik ve dinamik panel modelleri ile

yapılan çalışma analizinde köy seçimlerinin GINI değerini azalttığı ve dahası nüfusun daha yoksul kesimlerinin gelir paylarını artırma eğiliminde olduğu görülmüştür.

Mugeni (2015) çalışmasında, doğrudan yabancı yatırımlar (DYY) ve demokrasinin gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışmada 1995-2010 dönemi için 153 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeden oluşan bir panel veri seti kullanılmıştır. Analiz için Genelleştirilmiş Momentler Yöntemi tercih edilmiştir. Analiz sonucunda DYY ve demokrasi seviyesinin gelir eşitsizliği üzerinde azaltıcı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Sonuçların en dikkat çekici tarafı ise gelir eşitsizliğini azaltıcı etkinin şiddetini demokratikleşme seviyesinin belirlemesidir. Çalışmada elde edilen bir diğer bulguda ise beşeri sermaye artışının da gelir eşitsizliğini azalttığı tespit edilmiştir.

Siyasi özgürlüğün gelir eşitsizliği üzerindeki etkisinin araştırıldığı çalışma olan Islam (2016), 83 ülke için 25 yıla ait verilerle analiz gerçekleştirmiştir. GMM modeli yardımıyla gerçekleştirilen ampirik analizde siyasi özgürlük ve gelir eşitsizliği arasında doğrusal olmayan bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle bu iki değişken arasında ters U şeklinde bir ilişki bulunmuştur. Fakat çalışmaya göre gelir eşitsizliğini azaltıcı etkiye sahip olan siyasi özgürlüğün ancak demokratikleşme seviyesi yüksek olan ülkelerde geçerlidir. Çalışmada ayrıca demokratikleşmenin gelir eşitsizliği üzerindeki azaltıcı etkisinin 25 yıllık uzun bir süre sonunda evrimleşeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Krieger ve Meierrieks, (2016) çalışmasında gelir eşitsizliği, demokrasi ve ekonomik özgürlük arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada 1971-2010 dönemi için 100 ülkeden oluşan bir panel veri seti kullanılmıştır. Panel Granger nedensellik testinin uygulandığı çalışmada gelir eşitsizliğinden ekonomik özgürlüğe doğru bir nedensellik ilişkisi bulunmuş, ancak tersi bir ilişki saptanmamıştır. Dikkati çekici bir sonuç olarak çalışmada demokrasi seviyesi yüksek ekonomilerde dahi gelir eşitsizliği olması durumunda ekonomik özgürlüğün olumsuz etkileneyeceği tespit edilmiştir.

Güncel çalışmalardan olan Al-Majali (2023), demokrasi düzeyinin gelir eşitsizliği üzerindeki potansiyel etkisini araştırmıştır. Çalışma analizinde test için statik panel veri analizi kullanılmıştır. Araştırmada 114 ülkenin 2010-2021 dönem verileri kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan temel değişkenler küresel demokrasi durumu endeksleri ve GINI endeksidir. Araştırma sonucunda GINI endeksi ile demokrasi endeksi arasında anlamlı bir negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Literatürde bulunan çalışmalardan hareketle şu hipotez öne sürülebilir:

H2. Demokrasinin gelir eşitsizliği üzerinde etkisi vardır.

### **Veri Zarflama Analizi (VZA) Tabanlı Yapılan Çalışmalar**

Literatürde bu çalışma konusu doğrultusunda anca farklı değişkenlerle yapılan çok çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Buna göre literatürdeki çalışmalardan bir kısmı gelir eşitsizliği ile yenilenebilir enerji ilişkisi üzerine yoğunlaşırken bir kısım çalışmalarda ise demokrasi, çevresel etkenler ve enerji konuları irdelenmiştir.

Liv vd., (2020) tarafından yapılan çalışmada, gelir eşitsizliği ile enerji verimliliği arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmada, 33 ülkeye ait veriler yardımıyla 2000-2016 dönemi için VZA ve Tobit analizi yöntemiyle etkinlik analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda analize katılan tüm karar verme birimlerinin (KVB) gelir eşitsizliğinin enerji verimliliği üzerinde ters "U" şeklinde bir etkisi olduğu, ancak bu etkinin farklı gelir seviyelerindeki ülkeler için heterojen olduğu tespit edilmiştir. Özellikle, yüksek gelirli KVB'lerde, gelir eşitsizliği enerji verimliliği üzerinde "U" şeklinde bir etki gösterirken, orta ve düşük gelirli KVB'lerde, gelir eşitsizliği ile enerji verimliliği arasındaki ilişki ters "U" şeklinde olarak belirlenmiştir.

Sun vd., (2021) çalışmalarında, gelir eşitsizliğinin toplam faktör karbon verimliliği üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çalışmada VZA yöntemi kullanılarak seçilmiş 83 (yüksek ve düşük gelirli) ülkenin 1990-2017 dönemine ait girdi-çıktı verileri analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda yüksek gelirli ülkelerde gelir eşitsizliğinin azalmasının düşük gelirli ülkelere göre karbon verimliliğini daha fazla artırıcı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Wang vd., (2023) çalışmalarında, orta ve yüksek gelir gurubunda bulunan 121 ülkede yenilenebilir enerji tüketimi ile karbon verimliliği arasındaki ilişkiyi VZA metodu, heterojenlik, kesitsel bağımlılık ve genelleştirilmiş momentler tahmin yöntemi ile araştırmıştır. Araştırma ile gelir artışlarının karbon verimliliğini artırdığını, orta gelirli ülkelerde yüksek gelirli ülkelerle kıyasla yenilenebilir enerjinin karbon verimliliği üzerindeki etkisinin daha yüksek olduğu ve her iki gelir gurubunda da yenilenebilir enerji tüketimindeki artışın karbon verimliliğini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çin özelinde yapılan bir çalışmada Zhou ve Zhang, (2023), 2001-2017 dönemi için eyaletlerdeki illerin ekolojik refah performansı (EWP) göstergeleri kullanılmıştır. Çalışmada VZA tabanlı Süper-SBM modeli, Mekansal Durbin Modeli ve Tobit Regresyon Modeli aynı anda kullanılmıştır. Analiz modeli gelir eşitsizliğinin EWP üzerinde ne derecede etkili olduğu ve EWP performansının artırılmasındaki rolü araştırılmıştır. Modellerin çözümlenmesi ile gelir eşitsizliği ile EWP arasında negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca analiz bulguları EWP ile teknoloji düzeyi, yatırım açıklığı, ticaret açıklığı ve eğitim düzeyi arasında pozitif ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Shu vd., (2024) çalışmalarında, gelir eşitsizliği ile enerji verimliliği arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmada 168 ülkeye ait 2000-2017 dönemindeki ekonomik çıktı, çevresel etki ve sosyal refah değişkenleri kullanılmıştır. Analiz metodu olarak VZA tabanlı Süper SBM modeli kullanılmış olup modelin çözümlenmesinde MATLAB yazılım programlamasından yararlanılmıştır. Çalışmada ekonomilerdeki gelir grupları içindeki farklılıklar, enerji verimliliğinin kaynağı olarak tespit edilmiştir.

Bu çalışmalardan en günceli olan Benbitour vd., (2024) çalışmasında, 111 ülkenin performans verimliliği kapsamında cinsiyet eşitsizliğinin, yenilenebilir enerji tüketimi payının, hükümetin yolsuzlukla mücadelesinin ve kamu eğitim harcamalarının performans farklılıklarını açıklayıp açıklayamayacağını araştırmıştır. Çalışmada üç girdi (sermaye oranı, emek miktarı ve birincil enerji tüketimi) ve bir çıktı (GSYİH) kullanarak parametrik olmayan VZA modeli ile analiz yapılmıştır. Hesaplamalar yolsuzlukla mücadele ve yenilenebilir enerji tüketiminin teknik etkin olarak ülkelerin performans verimliliğini pozitif yönde etkilediğini göstermiştir. Diğer yandan cinsiyet eşitsizliğinin ülke performanslarında etkisiz üretim ile azalma meydana getirdiği belirlenmiştir.

## YÖNTEM

Araştırma analizi için Türkiye'nin İBBS 2. Düzeyinde bulunan 26 bölgesinde "*Demokrasi okulları ve yenilenebilir enerji istihdamının gelir eşitsizliğini azaltmaya pozitif etkisi vardır*" hipotezi test edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın analizinde iki farklı metod kullanılmıştır. Metotlardan ilkinde değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılırken diğer metod ile performans verimliliği ve etkinlik artışına dair hesaplamalar yapılması amaçlanmıştır. Bu amaçla Driscoll ve Kraay (1998), panel nedensellik analizi birinci metod olarak belirlenmiştir. Diğer metod ise farklı karar verme birimlerinin (KVB) bulunduğu bir üretim ortamında girdi ve çıktılar doğrultusunda en etkin performanstan en az etkin performansa sahip olan KVB'lerin belirlenmesinde sıkça kullanılan Süper SBM metodu tercih edilmiştir. Demokrasi okulları, yenilenebilir enerji



istihdamı, kalkınma ve gelir eşitsizliği arasındaki bağlantıyı ampirik olarak analiz etmek için çalışmada, çok değişkenli bir çerçeve oluşturmak üzere gelir eşitsizliği aralıklı bir değişken olarak dahil edilmiştir.

### **Veri Seti ve Model Açıklaması**

Panel regresyon analizlerinde kurulacak regresyon modelinin çeşitli varsayımlar barındırması gerekmektedir. Bazı durumlarda çalışma modeli, otokorelasyon ya da birimler arası korelasyon sorunları içerebilmektedir. Modelde bu tarz sorunlarının bulunup bulunmadığının kontrol edilmesi modelin tutarlılığı açısından çok önemlidir. Bu kapsamda geliştirilen dirençli tahminciler modelin anlamlılığını da ortaya koymaktadır. Bu problemleri barındırmadan tutarlı ve güvenilir sonuçlar elde etmek için geliştirilen otokorelasyon dirençli tahmincileri (Baltagi-Wu'nun LBI Testi, Breusch-Godfrey Testi, Durbin-Watson Testi, Driscoll ve Kraay Tahmincisi vb.) farklı varyans problemlerinin tahmininde kullanılmaktadır. Bu çalışmada ilk sırada kullanılan DK regresyon modelinin tercih edilmesindeki temel neden modelin uzamsal ve dönemsel korelasyonun tüm olasılıklarına dayanıklı bir yapıda geliştirilmesidir. Bu modelin en önemli avantajı düzeltilmiş standart hata terimleri N ve T'nin büyük olmasında dahi kovaryans matris tahmincilerinin tutarlılığının korunmasıdır (Coakley vd., 2006; Baltagi ve Baltagi, 2008; Sarafidis ve Wansbeek, 2012; Kırıkçı ve Yanar, 2020).

Çalışmada kullanılan değişkenler şu şekilde belirlenmiştir:

**Gelir Eşitsizliği:** Ekonomik gelişme ile eşitsizlik arasındaki ilişkiyi anlamaya yardımcı olarak bölgelere ait GINI katsayısı değişkeni Gastwirth (1972) çalışmasından esinlenerek tercih edilmiştir. Bölgelerin GINI verileri Türkiye İstatistik Kurumu'nun Gelir, Yaşam, Tüketim ve Yoksulluk araştırmalarından elde edilmiştir.

**Demokrasi Okulları:** Demokrasi ile toplumsal yönetim arasındaki ilişkiyi analiz etmek için bölgelerde seçimlere katılım oranı değişkeni Rubinfeld ve Thomas (1980), Van der Meer ve Van Ingen (2009) çalışmalarından hareketle kullanılmıştır. Bu değişkene ait veriler Yüksek Seçim Kurulu'nun İllere Göre Seçime Katılım Oranları göstergelerinden alınmıştır.

**Yenilenebilir Enerji:** Enerji sektörünün işgücü üzerindeki etkisini değerlendirmek için yenilenebilir enerji istihdamı değişkeni Moreno ve López (2008) çalışmasından esinlenerek kullanılmıştır. Bu değişkene ait veriler TÜİK ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nun veri merkezinden temin edilmiştir.

**Ekonomik Kalkınma:** Cumulative Causation perspektifinde ekonomik kalkınmayı destekleyici nitelikteki kamu altyapı harcamaları (% GSYH) Peterson (1984), Aschauer (1989) vb. çalışmalardan esinlenerek kullanılmıştır. Bu değişkene ait veriler T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2024) istatistiklerinden temin edilmiştir.

**Yaşam Memnuniyeti Endeksi:** TÜİK tanımlamasına göre bireylerin mutluluk algılaması, umut, değerler, kişisel gelişim ve kişisel sağlık, gelir ve çalışma hayatı gibi alanlardaki memnuniyetlerini ölçmektedir. Bu kapsamda bu endeks, bölgesel farklılıkların belirlenmesi, kaynak israfının önlenmesi ve kaynakların etkin dağılımı ile sürdürülebilir şehirler inşa etmede önemli bir göstergedir. Yaşam memnuniyeti endeksine ait veriler TÜİK veri tabanından derlenmiştir.

Araştırma analizi kapsamında Türkiye'nin kırsal ve kentsel bölgeleri için 2010-2024 dönemine ait yıllık veriler test edilmiştir. Analizin birinci metodu olan DK temel modeli (1) nolu denklemle ifade edilmiştir.

$$Y_{it} = X_{it}\beta + \varepsilon_{it}, \quad i = 1, \dots, N, \quad t = 1, \dots, T \quad (1)$$

Çalışma değişkenlerinden gelir eşitsizliği-GINI, seçimlere katılım oranı-DS, yenilenebilir enerji istihdamı-REE, kamu altyapı harcamaları-PIE, yaşam endeksi-LI, kısaltmaları ile temsil edilmiştir. Burada  $Y_{it}$  bağımlı değişkeni (GINI),  $x_{it}$  ise bağımsız değişkenleri (DS, REE, PIE, LI) göstermektedir. Yapılan ampirik analizlerde bölgeler iki grupta (kentsel bölgeler ve kırsal bölgeler) ele alınmaktadır. Her bir bölge grubu için çalışmada iki ayrı panel regresyon modeli oluşturulmuştur.

Kentsel bölgeler için kurulan model:

$$\log GINI_{it} = \beta_0 + \beta_1 DS_{it} + \beta_2 REE_{it} + \beta_3 PIE_{it} + \beta_4 LI_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Kırsal bölgeler için kurulan model:

$$\log GINI_{it} = \beta_0 + \beta_1 DS_{it} + \beta_2 REE_{it} + \beta_3 PIE_{it} + \beta_4 LI_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

(2) ve (3) numaralı modellerde;

$\beta_0$  parametresi; sabit terimi,

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ ; eğim,

$\varepsilon$ ; hata terimi,

$i$ ; gözlem,

$t$ ; zamanı ifade etmektedir.

Çalışmanın analizinde tercih edilen ikinci yöntem olan Süper SBM doğrusal programlama yöntemi ile oluşturulan modeller içerisinde yer almaktadır. Birden fazla girdi ve çıktının yer aldığı bir üretim sürecinde girdi ve çıktılar üzerinden analize katılan karar verme birimleri arasında etkinlik hesaplamasında sıklıkla kullanılan Veri Zarflama Analizi (VZA) metodu bu çalışmada kullanılmıştır. İlk olarak VZA modellerinden birisi olan ölçeğe göre değişken getiri varsayımındaki BCC modeli çalışmada girdi odaklı olarak belirlenmiştir. Çalışma girdisini GINI değişkeni temsil ederken, DS, REE, PIE ve LI değişkenleri ise çalışma çıktılarını temsil etmektedir. Araştırma hipotezine uygun olarak gelir eşitsizliğinin azaltılması amacıyla BCC modeli girdi (I) odaklı olacak şekilde belirlenmiştir. Bahsedilen bu sebeplerden dolayı SBM modeli, girdi odaklı (I) ölçeğe göre değişken getirili çalıştırılmıştır. VZA ve SBM, DEA-Solver 13 Paket Programı ile yapılmıştır. VZA'da Her bir KVB etkinlik derecesine göre bir diğeriyle kıyaslanarak analize katılan tüm birimler en etkin olandan en az etkin olana göre sıralanmaktadır. Etkin üretim sınır çizgisinde değer "1" olarak ifade edilmektedir. "1" değeri, VZA için etkin üretim seviyesidir. "1" ölçümü her bir KVB için elde edilecek en yüksek değerdir. Bu değer altında kalan KVB'ler etkinsiz olarak kabul edilmektedir. KVB'ler "1" değerine yakın olup olmamasına göre etkinlik derecesi belirlenmektedir. SBM'de ise KVB'ler etkinlik derecesi en çok artandan (>1) en az artana (<1) doğru sıralanmaktadır (Adolphson vd., 1989; Banker vd., 1984; Cooper vd., 2007).

KVB sayısının  $X$ , girdi sayısının  $m$ , çıktı sayısının  $n$  olduğu düşünüldüğünde çalışmada bulunması gereken KVB sayısı şu prensiplere göre kontrol edilmektedir: (Norman ve Stoker, 1991; Vassiloglou ve Giokas, 1990; Boussofiane vd., 1991; Stern vd., 2000; Dyson vd., 2001):

1. Prensip:  $X \geq \max \{N+M+1\} \Rightarrow 26 \geq 6$
2. Prensip:  $X \geq \max \{2 \times (N+M)\} \Rightarrow 26 \geq 10$

İki prensip sonucunda elde edilen sonuçlar çalışmada kullanılan 26 KVB sayısının yeterli olduğunu ortaya koymaktadır.

VZA'da doğrusal programlama tabanlı formül aşağıdaki şekliyle gösterilmektedir (Charnes vd., 1997).

$$j. \text{ karar noktası için, } \frac{u_1 y_1 + u_2 y_2 + \dots + u_n y_n}{v_1 x_1 + v_2 x_2 + \dots + v_m x_m} \quad (4)$$

j. karar noktası için n adet çıktı ve m adet girdi bulunmaktadır.

$u_n$  = n. Çıktının ağırlığı,

$y_n$  = n. Çıktının miktarı,

$v_m$  = m. Girdinin ağırlığı,

$x_m$  = m. Girdinin miktarını göstermektedir.

VZA'nın basit olarak formüle edilmiş hali aşağıdaki şekilde gösterilmektedir.

$$\frac{\text{Çıktıların Ağırlıklı Toplamı}}{\text{Girdilerin Ağırlıklı Toplamı}} = \frac{\sum_{i=1}^s u_i y_{iq}}{\sum_{j=1}^m v_j x_{jq}} \quad (5)$$

(5) nolu denkleme göre;

$u_i$ ,  $i=1,2,\dots,s$ ; i. çıktının ağırlığını,

$y_{iq}$ ,  $iq=1,2,\dots,s$ ; "q" birimden elde edilen ilk çıktıyı,

$v_j$ ,  $j=1,2,\dots,m$ ; j. girdinin ağırlığını,

$x_{jq}$ ,  $jq=1,2,\dots,m$ ; "q" birimi tarafından tüketilen ilk girdiyi göstermektedir.

Bu çalışmada farklı KVB'lerin her birisinin üretim ölçeğinin değişken getiride olduğu bilinmektedir. Bu nedenle çalışma modeli BCC olarak belirlenmiştir. Diğer taraftan gelir eşitsizliği değişkeninde iktisadi karar vericilerin kontrolünün çalışmada belirlenen çıktılarından çok girdiler üzerinde olacağı düşüncesi ile modelin yönü girdi odaklı (I) olarak belirlenmiştir. BCC-I modelinin matematiksel gösterimi ise aşağıdaki gibidir (Cooper vd., 2001; Cooper vd., 2007):

$$E_0 = \max \sum_{r=1}^s u_r Y_{r0} - u_0 / \sum_{i=1}^m v_i x_{i0} \quad (6)$$

Kısıtlar;

$$\sum_{r=1}^s u_r Y_{rj} - u_0 / \sum_{i=1}^m v_i x_{ij} \leq 1 \quad j = 1,2, \dots, n \quad i = 1,2, \dots, m$$

$$v_i u_r \geq \varepsilon \quad r = 1,2, \dots, s$$

Yukarıda verilen modele  $u_0 = 0'incu$  KVB'nin serbest işaretli değişkeni eklenerek, modifiye edilen CRS modeli etkinlik sınırı değiştirilmektedir. Böylece VRS'nin primer modeli aşağıdaki şekli ile oluşmaktadır;

$$\max \sum_{r=1}^s u_r Y_{r0} \quad (7)$$

Kısıtlar;

$$\max \sum_{i=1}^m v_i X_{i0} = 1,$$

$$\sum_{r=1}^s u_r Y_{rj} - u_0 \leq \sum_{i=1}^m v_i X_{ij} \quad j = 1,2, \dots, n$$

$$v_i u_r \geq \varepsilon \quad r = 1,2, \dots, s \quad i = 1,2, \dots, m$$

VRS dual modelinde ağırlık ( $\lambda$ ) toplamları 1'e eşittir. Buna göre VRS'nin Dual modeli;

$$\text{Min } \theta - \varepsilon (\sum_{i=1}^m s_i^- + \sum_{r=1}^s s_r^+) \quad (8)$$

Kısıtlar,

$$\sum_{j=1}^n x_{ij}\lambda_j - \theta x_{i0} + s_i^- = 0, \quad i = 1, 2, \dots, m$$

$$\sum_{j=1}^n y_{rj}\lambda_j - y_{r0} - s_r^+ = 0, \quad r = 1, 2, \dots, s$$

$$\sum_{j=1}^n \lambda_j = 1$$

$$\lambda_j, s_i^-, s_r^+ \geq 0 \quad r = 1, 2, \dots, s, \quad i = 1, 2, \dots, m, \quad j = 1, 2, \dots, n$$

Tablo 1’de kentsel ve kırsal bölgeler için kurulan modellerde bulunan değişkenlere yönelik tanımlayıcı istatistiksel sonuçlar gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Tanımlayıcı İstatistikler

Bölgeler	Değişkenler	Median	Max.	Min.	Std. Sapma
<b>Kentsel Bölgeler</b>	logGINI	78,0	98,0	58,0	28,3
	DS%	75,0	89,0	61,0	19,8
	REE%	14,5	19,0	10,0	6,4
	PIE%	50,0	63,0	37,0	18,4
	LI%	67,2	80,5	53,8	18,9
<b>Kırsal Bölgeler</b>	logGINI	63,5	87,0	40,0	33,2
	DS%	74,0	79,0	69,0	7,1
	REE%	11,0	16,0	6,0	7,1
	PIE%	25,5	39,0	12,0	19,1
	LI%	76,9	76,9	51,1	54,4

Çalışmada birimler arası korelasyonun bulunup bulunmadığını göstermek ve ilişkisel anlamlılık düzeyinin belirlenmesi amacıyla değişkenlere ait korelasyon matrisi ve yatay kesit bağımlılığı test sonuçları tablolar ile gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Değişkenlere Ait Korelasyon Matrisi

	logGINI	DS%	REE%	PIE%	LI%
logGINI	1	-0,356	0,025	-0,436	-0,685
DS%	-0,356	1	0,446	0,256	0,421
REE%	0,025	0,446	1	0,501	0,085
PIE%	-0,436	0,256	0,501	1	0,398
LI%	-0,685	0,421	0,085	0,398	1

Değişkenlere ait korelasyon matrisinin gösterildiği Tablo 2’den gelir eşitsizliği ile yenilenebilir enerji istihdamı arasında pozitif, kamu altyapı harcamaları, demokratikleşme seviyesi ve yaşam memnuniyeti endeksi arasında ise negatif bir ilişki olduğu görülmektedir. Tablo 2’den yenilenebilir enerji istihdamının demokratikleşme seviyesi ile anlamlı bir korelasyon olmadığı anlaşılmaktadır. Aralarında en güçlü ilişkinin olduğu değişkenler ise 0,501 değeri ile kamu altyapı harcamaları ile yenilenebilir enerji istihdamı olmuştur. Bu durumda yenilenebilir enerji kullanımındaki artışın enerji talebine yönelik artışı tetikleyeceği ve istihdamı bir üst düzeye taşıyacağı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yenilenebilir enerji yatırımının artmasını geliştirecek süreç kamu altyapı yatırımlarının da itici gücü haline gelmektedir.

**BULGULAR****Yatay Kesit Bağımlılığı ve DK Regresyon Sonuçları**

Çalışmada korelasyonların oluşması durumuna göre hangi Yatay Kesit Bağımlılık (YKB) testinin kullanılacağı belirlenmiştir. Tablo 3’de test sonuçları gösterilmektedir.

**Tablo 3.** YKB Test Sonuçları

Testler	Kentsel Bölgeler	Kırsal Bölgeler
<b>Pesaran CD</b>	16.219 ( $p = 0.0000$ )***	11.986 ( $p = 0.0000$ )***
<b>Friedman</b>	90.148 ( $p = 0.0000$ )***	80.353 ( $p = 0.0500$ )*
<b>Fress</b>	$\alpha = 0.10: 0.1616$ $\alpha = 0.05: 0.2678$ $\alpha = 0.01: 0.3435$	$\alpha = 0.10: 0.1616$ $\alpha = 0.05: 0.2678$ $\alpha = 0.01: 0.3435$

Not: \*\*\*  $p \leq 0,01$ , \*\*  $0,01 < p \leq 0,05$  ve \*  $0,05 < p \leq 0,1$ .

Tablo 3’e göre hem kentsel bölgeler hem de kırsal bölgeler için Pesaran CD test sonuçları ( $p \leq 0.01$ ) anlamlıdır. Buna göre gözlemler arasında bağımsızlığın saptanmadığı ve kentsel bölgeler ile kırsal bölgeler arasında güçlü bir yatay kesit bağımlılığı olduğu anlaşılmaktadır. Friedman testine göre kentsel bölgelerde yüksek anlamlılık seviyesinde yatay kesit bağımlılığı ( $p \leq 0.01$ ) olduğu dikkati çekmektedir. ( $0.05 < p \leq 0.1$ ) olarak hesaplanan kırsal bölgelerde ise daha düşük anlamda bir yatay kesit bağımlılığı tespit edilmiştir. Buna göre Friedman testi de her iki bölge grubunda da ayrı ayrı yatay kesit bağımlılığının varlığını göstermektedir. Diğer yandan Fress testi ile de kentsel ve kırsal bölgelerde aynı kritik değerler ile ( $\alpha = 0.10: 0.1616$ ,  $\alpha = 0.05: 0.2678$ ,  $\alpha = 0.01: 0.3435$ ) yatay kesit bağımlılığına işaret edilmektedir.

**Tablo 4.** DK Regresyon Sonuçları

Bölgeler	Regressör	Coefficient	Prob > F = (0.0000)***
Kentsel Bölgeler	Constant	-4.175**	0.074
	Ln DS	-0.009*	0.002
	Ln REE	-0.038**	0.008
	Ln PIE	-0.101*	0.044
	Ln LI	-0.108**	0.039
	Wald test	78.49	0.000
	R <sup>2</sup>	0.7896	
Kırsal Bölgeler	Regressör	Coefficient	Prob > F = (0.0000)***
	Constant	-3.008**	0.066
	Ln DS	-0.005*	0.002
	Ln REE	-0.026**	0.010
	Ln PIE	-0.119**	0.034
	Ln LI	-0.190**	0.042
	Wald test	81.59	0.000
	R <sup>2</sup>	0.8346	
Number of groups (total)	26		

Note: \*, and \*\* show level of significance at 1%, and 5%, respectively.

Tablo 4, DK panel regresyon sonuçlarını kentsel ve kırsal bölgeler açısından ayrı ayrı göstermektedir. Genel olarak bakıldığında Tablo 4’ten çalışma modelinin bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Kentsel bölge grubu için yapılan analizde R<sup>2</sup> değeri %79 olarak gözlemlenmiş, modeldeki açıklayıcı değişkenlerin, bağımlı değişken olan GINI değişkenini açıklamada %79 oranında anlamlı olduğu saptanmıştır. Driscoll-Kraay modeli ile elde edilen bulgulardan kırsal bölge grubu

için yapılan analizde  $R^2$  değeri %83 olarak gözlemlenmiştir. Bu değer aynı zamanda kırsal bölgelere yönelik oluşturulan modelin açıklama gücünü göstermektedir. Tablo 4 Türkiye'nin tüm bölgeleri için değişkenlerin tamamında gelir eşitsizliği üzerinde negatif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. İlk olarak demokrasi okulları göstergesi olarak belirlenen seçimlere katılım oranı değişkeninin kentsel ve kırsal bölgelerde gelir eşitsizliği üzerinde negatif ve %1 anlamlılık düzeyinde yani istatistiksel olarak zayıf bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre seçimlere katılım oranındaki %1'lik artış gelir eşitsizliğinde kentsel bölgelerdeki %0,009, kırsal bölgelerde ise %0,005 oranında bir azalış meydana getirmektedir. Elde edilen bu bulgu Türkiye'de seçimlere katılım oranındaki bir artışın gelir eşitsizliğinin azaltılmasına olumlu bir etki oluşturacağı olasılığını güçlendirmektedir. Demokrasi okullarının gelir eşitsizliği üzerindeki rolü ile ilgili literatürde de farklı olasılıklar bulunmaktadır. Bunlardan ilki gelir eşitsizliği ile ortaya çıkan yoksulluğu ortadan kaldırmaya yönelik politikalarda toplumun karar mekanizmalarına daha fazla katılım sağlamayı amaçlamasıdır. Diğer bir durum ise seçim sonrasındaki yeni dönemde oluşacak milli gelirin toplumsal bölüşümünde belirlenecek stratejide eşitleyici olma ilkesine ait sonuçların seçmenler tarafından belirlenmesidir. Bu durumda demokrasi okulları seçimler yoluyla gelir dağılımı eşitsizliğinin ortadan kaldırılmasına katkı sunmaktadır (Luckham vd., 2000; Boix, 2003; Acemoğlu vd., 2015).

Yenilenebilir enerji sektörü istihdamı ile gelir eşitsizliği arasında hem kentsel hem de kırsal bölge grubunda negatif yönlü ve istatistiksel olarak %5 düzeyinde anlamlı bir ilişki görülmektedir. Hesaplamalara göre yenilenebilir enerji sektörü istihdamındaki %1'lik bir artışa karşılık gelir eşitsizliğinde %0,038 değerinde bir azalış tespit edilmiştir. Kırsal bölge grubunda ise yenilenebilir enerji sektörü istihdamındaki %1'lik bir artışa karşılık gelir eşitsizliğinde %0,026 değerinde bir azalış olduğu görülmektedir. Yenilenebilir enerji sektörü istihdamındaki artış sektörün büyümesinin ve dolayısıyla yenilenebilir enerji kullanımı artışının da bir göstergesidir. Buna göre Türkiye'de yenilenebilir enerji üretimindeki gelişme sosyokültürel ve ekonomik kalkınmanın da bir fonksiyonu olarak değerlendirilmektedir. Mesela yenilenebilir enerji kullanımının artması sera gazı emisyonlarını azaltmak suretiyle sürdürülebilir kalkınmayı teşvik ederek iklim değişikliğinin gelir eşitliği üzerindeki zararlı etkisini azaltmaya yardımcı olmaktadır. Bu nedenle kamu kesiminde teknolojik dönüşüm ve yeşil inovasyona verilen desteğin artırılması yenilenebilir enerji kullanımını artırarak gelir eşitsizliğini azaltmada büyük önem arz etmektedir. Bu yönüyle elde edilen bu bulgu yenilenebilir enerji tüketimindeki artışın gelir eşitsizliğinde bir azalmaya yol açtığını gösteren çalışmalarla uyumludur (Topcu ve Tugcu, 2020; Dong vd., 2022; Huynh ve Phan 2024).

Tablo 4'e göre kentsel bölge grubunda kamu altyapı yatırımları (PIE), ile gelir eşitsizliği arasında da negatif yönlü ve istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. PIE artışında meydana gelen %1'lik bir artış, GINI üzerinde %0,101 değerinde bir azalış oluşturmaktadır. Kırsal bölge grubunda ise bu ilişki kentsel bölgelerle aynı şekilde negatif yönlü ancak istatistiksel olarak %5 düzeyinde anlamlı olarak tespit edilmiştir. Kırsal bölgelerdeki GINI azalışı ise %1'lik PIE artışına karşılık %0,119 olarak tespit edilmiştir. Bu tespit kamunun sosyal ve ekonomik altyapı iyileştirmelerinin daha geniş kitlelere fayda sağlayarak sosyal eşitsizliklerle beraber gelir eşitsizliğini azalttığını da göstermektedir. Bu nedenle, kırsal bölgelerdeki gelir eşitsizliğini azaltmak için ekonomik ve sosyal altyapıların birleşimi ve optimum tahsisi öncelikli olarak dikkate alınmalıdır (Mishra ve Agarwal, 2019; Zolfaghari vd., 2020; Pandey vd., 2022). Elde edilen bu sonuç Prud'Homme, (2004), Servén ve Calderón, (2004), Agénor ve Moreno-Dodson, (2006), Kemal, (2006), Hooper vd., (2021) tarafından yapılan çalışmalarla uyumludur.

Yaşam endeksi göstergesi olan LI üzerinden Tablo 5 incelendiğinde, LI'de meydana gelecek %1 oranındaki bir artışın kentsel bölge grubundaki gelir eşitsizliğinde %0,108, kırsal bölge grubundaki gelir eşitsizliğinde ise %0,190 gibi ciddi bir azalış meydana getirdiği görülmektedir.

Bu sonuç kentsel ve kırsal bölge gruplarında LI ile GINI arasında negatif yönlü ve güçlü bir anlamlılık düzeyi olduğunu göstermektedir. Bu durumda yaşam kalitesinin iyileştirilmesinin sosyal eşitlik üzerinde olumlu bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır (Kakwani, 1980; Buhmann vd., 1988). Elde edilen bu sonuç Diener vd., (1993), Easterlin, (2001), Alesina vd., (2004), Ferrer-i- Carbonell, (2005), Wilkinson ve Pickett, (2006), Kahneman vd., (2006) ve Clark vd., (2008) çalışmalarıyla uyumludur.

Tablo 4'e göre kentsel bölge grubu için kurulan modelde gelir eşitsizliğini en fazla azaltan değişkenin kamu altyapı yatırım harcamaları olduğu gözlemlenirken kırsal bölgelerde ise yaşam endeksi olarak tespit edilmiştir.

## Süper SBM ve BBC-I Sonuçları

**Tablo 5.** KVB'lerin Süper SBM-I ve BCC-I Modelleri ile Elde Edilen Bulgular

Süper SBM-I			BCC-I		
Sıra	KVB	Skor (2010-2024)	Sıra	KVB	Skor (2010-2024)
1	TR10 (İstanbul)	1,102	1	TR10 (İstanbul)	1,000
2	TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik)	1,055	1	TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli)	1,000
3	TR31 (İzmir)	1,012	1	TR22 (Balıkesir, Çanakkale)	1,000
4	TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	1,001	1	TR31 (İzmir)	1,000
5	TR52 (Konya, Karaman)	0,986	1	TR32 (Aydın, Denizli, Muğla)	1,000
6	TR62 (Adana, Mersin)	0,968	1	TR33 (Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak)	1,000
7	TR51 (Ankara)	0,957	1	TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik)	1,000
8	TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli)	0,956	1	TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	1,000
9	TR22 (Balıkesir, Çanakkale)	0,854	1	TR51 (Ankara)	1,000
10	TR32 (Aydın, Denizli, Muğla)	0,849	2	TR52 (Konya, Karaman)	0,990
11	TR61 (Antalya, Isparta, Burdur)	0,808	3	TR61 (Antalya, Isparta, Burdur)	0,910
12	TR33 (Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak)	0,785	4	TR62 (Adana, Mersin)	0,890
13	TR63 (Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)	0,784	5	TR63 (Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)	0,860
14	TRC1 (Gaziantep, Adıyaman, Kilis)	0,746	6	TR71 (Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)	0,840
15	TR83 (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)	0,714	7	TR72 (Kayseri, Sivas, Yozgat)	0,810
16	TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın)	0,701	7	TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın)	0,810
17	TR71 (Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)	0,698	8	TR82 (Kastamonu, Çankırı, Sinop)	0,760
18	TR72 (Kayseri, Sivas, Yozgat)	0,695	9	TR83 (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)	0,750
19	TR82 (Kastamonu, Çankırı, Sinop)	0,688	10	TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)	0,740
20	TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)	0,680	11	TRA1 (Erzurum, Erzincan, Bayburt)	0,690
21	TRB1 (Malatya, Elâzığ, Bingöl, Tunceli)	0,659	11	TRA2 (Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)	0,690
22	TRA1 (Erzurum, Erzincan, Bayburt)	0,641	12	TRB1 (Malatya, Elâzığ, Bingöl, Tunceli)	0,670
23	TRA2 (Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)	0,580	13	TRB2 (Van, Muş, Bitlis, Hakkâri)	0,630
24	TRC2 (Şanlıurfa, Diyarbakır)	0,506	13	TRC1 (Gaziantep, Adıyaman, Kilis)	0,630
25	TRB2 (Van, Muş, Bitlis, Hakkâri)	0,501	14	TRC2 (Şanlıurfa, Diyarbakır)	0,590
26	TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)	0,489	15	TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)	0,580

**Not:** 0,999 skoru 1,000 olarak kabul edilmektedir.

Tablo 5'te girdi (I) odaklı ve ölçeğe göre değişken getiri varsayımına dayalı olan BCC modeli ile teknik etkinlik skorları hesaplanmıştır. Tablo 5'e göre BCC-I'da "1" değerinde hesaplanarak teknik etkin olan bölgeler TR10, TR21, TR22, TR31, TR32, TR33, TR41, TR42 ve TR51'dir. TR52 ve TR61 bölgelerinin ise 0,990 ve 0,910 skorları ile etkin üretime oldukça yakın yerde olduğu dikkati çekmektedir. "1" skorunda bulunan bu 9 bölge teknik olarak etkin üretim çizgisi üzerinde kalarak bir birimlik girdi başına bir birimlik çıktı üretmeyi başarmıştır. Diğer bir ifadeyle bu bölgeler dönem boyunca yenilenebilir enerji istihdamı, seçimlere katılım oranı, kamu altyapı yatırımları ve yaşam memnuniyeti çıktılarında âtil girdi miktarını en aza indirerek ya da kaynak israfını önleyerek üretim yapmayı başarmıştır. TRC2, TRC3 bölgelerine bakıldığında ise BCC-I'da hesaplanan 0,590 ve 0,580 sonuçları ile bu bölgelerin teknik etkinsiz olarak tüm KVB'ler içerisinde son sıralarda bulunduğu anlaşılmaktadır. Tablo 5'e Süper SBM skorları açısından

bakılacak olursa, 4 KVB olan TR10, TR31, TR41 ve TR42 bölgelerinin analiz döneminde ortalama "1" skorunun üzerinde hesaplandığı dikkati çekmektedir. Bununla birlikte 22 KVB (Bölge) ise "1" skorunun altında hesaplanmıştır. Etkinlik artışında ilk sırada yer alan KVB, TR10 (İstanbul) olarak belirlenmiştir. İstanbul dönemin tamamında ortalama %10,2 oranında verimliliği yakalama hızını artırmıştır. Süper SBM'ye göre dönem boyu en yüksek etkinlik artışı elde eden İstanbul'u takip eden bölgeler TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik), TR31 (İzmir) ve TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) olmuştur. Buradan görülmektedir ki genel anlamda etkinlik artışında diğerlerine göre daha verimli olan bölgeler kentsel bölgelerdir. Diğer yandan TRB2 (Van, Muş, Bitlis, Hakkâri) ve TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) bölgeleri etkinlik artışında tüm bölgeler içerisinde en alt sıralarda tespit edilmiştir.

Tablo 5'e BCC-I modeli açısından ve il bazında bakıldığında İstanbul, Tekirdağ, Edirne, Kırklareli, Balıkesir, Çanakkale, İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak, Bursa, Eskişehir, Bilecik, Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova ve Ankara'nın teknik etkinlik skorunun "1" hesaplandığı görülmektedir. Buna göre bu illerde dönem boyunca atıl kullanılan girdi miktarı azaltılmış ve etkin üretim yakalanmıştır. Ayrıca bu illerde yönetsel mekanizmalarda karar süreçlerinin etkin olduğu ve dahası uygun ölçekte faaliyet sürdürüldüğü sonucuna varılmıştır. Fakat BCC-I hesaplamalarında da kırsal bölgelerin performansının kentsel bölgelere göre daha düşük olduğu genel eğilimi Süper SBM-I hesaplamaları ile benzerlik göstermektedir. Tablo 5'e göre TR10 (İstanbul) her iki modelde de birinci sırada yer almakta ve Türkiye'nin en etkin bölgesi olarak dikkat çekmektedir. TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) ise her iki modelde en düşük skoru alarak gelir eşitsizliğinin azaltılmasında teknik etkinlik açısından en zayıf bölge olarak öne çıkmaktadır.

## TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma 2010-2024 yılları arasında Türkiye'ye ait 26 bölge için gelir eşitsizliğinin potansiyel faktörleri üzerinden kurulan modellerde demokrasi ve yenilenebilir enerji arasındaki ilişkinin incelenerek bölgeler arasında kıyaslamalı bir analiz ortaya koymaktadır. Çalışmada iki aşamalı analiz yöntemi (DK Panel ve Süper SBM) kullanılmıştır. Birinci yöntemle elde edilen bulgulardan varılan sonuçlara göre Türkiye'de kentsel ve kırsal bölgelerin her ikisinde de demokrasi okulları, yenilenebilir enerji istihdamı, altyapı yatırımları ve yaşam endeksi, gelir eşitsizliği üzerinde etkilidir. Özellikle kırsal bölgelerde, düşük altyapı yatırımları gelir eşitsizliğinin artmasında önemli bir rol oynamaktadır. Altyapı yatırımlarının bu bölgelerde artırılması öncelikli politikalar arasına alınmalıdır. Diğer bir değişken olan yenilenebilir enerji istihdamındaki artışın ise kentsel bölgelerdeki gelir eşitsizliğinin azaltılmasında daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Buradan kırsal bölgelerde altyapı yatırımlarının düşük olduğu ya da yapılan yatırımların kentsel bölgelerde oluşturduğu etkiyi oluşturmadığı anlaşılmaktadır. Bunun nedeni kentsel bölgelerdeki transit ulaşım ağları, gelişmiş ticaret yapısı, beşeri ve sosyal kaynaklar, teknolojik fırsatlar ve iklimsel koşullar gibi etkenler bu bölgelere yapılan altyapı yatırımlarının kırsal bölgelere göre daha yüksek etki ettiğini açıklamaktadır. Görülmektedir ki yenilenebilir enerji sektörüne yönelik bir altyapı yatırımı kentsel bölgelerde daha yüksek olmakla birlikte kırsal bölgelerde de endirekt bir istihdam artırıcı etki oluşturmaktadır. Bu durumda kırsal bölgelerde yapılan enerji altyapı yatırımlarının çarpan etkisini artırıcı politikalara daha fazla önem verilmelidir. Diğer bir açıdan bakıldığında kentsel bölgelerdeki nitelikli işgücü potansiyelinin yüksekliği özellikle yenilenebilir enerji istihdamında kalifiye iş gücüne ulaşımı kolaylaştırmaktadır. Bu durum ise kentsel bölgelerde daha fazla kişinin istihdam edilmesine yol açmaktadır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre kentsel bölgelerdeki gelir eşitsizliği kırsal bölgelerdeki gelir eşitsizliğinden daha fazladır. Bu sonuç bize yenilenebilir enerji sektöründeki istihdamın gelir üzerindeki etkisinin



kentsel bölgelere göre daha belirgin olmasını da açıklamaktadır. Gelir eşitsizliğini kentsel bölgelerdeki azaltıcı etkisi daha yüksek olan bir diğer değişken ise demokrasi okullarının göstergesi olan seçimlere katılım oranıdır. Bu nedenle Türkiye’de seçimlere katılım oranının yüksek olduğu kentsel bölgeler, seçmen talepleri doğrultusunda belirlenen hedef odaklı politikalarla gelir eşitsizliğini azaltmaya yönelik politikaları desteklemektedir. Buna göre demokrasi göstergesi bölgesel gelişme sürecinde hem sosyolojik hem de ekonomik dönüşümün fonksiyonel bir parçasıdır.

Analizlere yaşam memnuniyeti göstergeleri açısından bakıldığında kırsal ve kentsel bölgelerin her ikisinde de gelir eşitsizliği üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Diğer değişkenlerin aksine yaşam memnuniyetinin kırsal bölgelerde gelir eşitsizliğinin azaltılmasında önemli bir kaldıraç rolü üstlendiği anlaşılmıştır. Buna göre kırsal bölgelerdeki daha sınırlı fırsatlar karşısında yaşam memnuniyetindeki iyileşmelerin gelir dağılımındaki etkinin daha hızlı hissedilmesini sağladığı varsayılmaktadır.

Çalışmanın diğer analiz yöntemi olan Süper SBM-I sonuçlarına bakıldığında ise DK Regresyon analizi ile elde edilen sonuçları genel olarak desteklediği görülmektedir. 26 bölgeye ait teknik etkinlik (BCC-I) hesaplamalarına göre 9 bölgenin teknik etkin olduğu ve bu bölgelerin büyük kısmının kentsel bölge grubunda yer aldığı anlaşılmaktadır. Süper SBM-I hesaplamalarına göre ise bu 9 bölgeden 4’ü, TR10 (İstanbul), TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik), TR31(İzmir) ve TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) analiz döneminin tamamında etkin üretimi artırmayı başarmıştır. TR10 (İstanbul) bölgesi BCC-I ve SBM-I skorlarının ikisinde de etkinlik açısından ilk sırada yer alırken, TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) ise her iki analiz modelinde en etkinsiz bölge olarak belirlenmiştir. Etkinsiz olan kırsal bölgelerde öncelikle kamu altyapı yatırımları eksikliği daha sonra ise düşük yaşam memnuniyeti endeksinin ciddi bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır.

Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlara göre Türkiye’nin tüm bölgelerinde yenilenebilir enerji ve gelir eşitsizliği ile mücadele eden kısa ve orta vadeli politikaların oluşturulması büyük önem arz etmektedir. Özellikle bölgesel dinamiklerin ön plana alındığı ve yerel potansiyelin bireysel gelir artışında fırsat oluşturduğu bir ekonomik kalkınma projeksiyonu geliştirilmelidir. Türkiye’nin bölgelerinde seçimlere katılımdaki artış gelir eşitsizliğindeki azalmayı teşvik ettiğinden, hükümetler daha fazla yenilenebilir enerji kullanımını sağlayabilir ve daha geniş kapsamlı kamu altyapı yatırımlarını hayata geçirebilir. Özellikle kırsal bölgelerde daha fazla altyapı yatırımları yenilenebilir enerji sektörünün genişlemesine ve sektöre ait istihdamın artmasına neden olup dolaylı yünden gelir eşitsizliğinin azalmasına yol açacaktır. Bu kapsamda Türkiye’de sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde yenilenebilir enerjiden ödün vermeden gelir eşitsizliğini azaltıp yaşam memnuniyetini artıran kapsamlı reformlara öncelikle ihtiyaç bulunmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen Türkiye’nin kentsel ve kırsal bölgelerinde hangi bölge için hangi politikaların yapılması gerektiği yine bu çalışmanın bulguları doğrultusunda oluşturulabilir. Çalışma analizinde demokrasi okulları göstergesi olarak seçimlere katılım, GINI endeksi, Cumulative Causation’da kalkınma göstergesi olarak kamu altyapı yatırımları ve yenilenebilir enerji göstergesi olarak sektörün istihdam oranları kullanılmıştır. Bu çalışmanın genişletilmesi için yapılacak benzer araştırmalarda özellikle demokrasi okulları, yenilenebilir enerji ve kalkınmaya ait diğer göstergelerin de kullanılması önerilmektedir. Diğer yandan bu çalışma Türkiye’nin kentsel ve kırsal bölgelerindeki gelir eşitsizliği üzerine odaklanmıştır. Bu yünden bakıldığında bu çalışma gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ya da ülke grupları ile ilgili yapılacak benzer çalışmalar için önemli bir alan ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle Türkiye’de gelir eşitsizliği, demokrasi okulları, yenilenebilir enerji ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkinin araştırıldığı bu çalışmanın literatüre önemli bir katkı sunacağı ve bundan sonra yapılacak çalışmalar için çok yönlü fikir oluşturacağı düşünülmektedir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

## KAYNAKÇA

Acemoglu, D., Naidu, S., Restrepo, P., and Robinson, J. A. (2015). Democracy, redistribution, and inequality. *Handbook of Income Distribution*, 2, 1885-1966.

Acheampong, A. O., Boateng, E., and Annor, C. B. (2024). Do corruption, income inequality and redistribution hasten transition towards (non) renewable energy economy?. *Structural Change and Economic Dynamics*, 68, 329-354.

Acheampong, A. O., Dzator, J., and Shahbaz, M. (2021). Empowering the powerless: does access to energy improve income inequality?. *Energy Economics*, 99, 105288.

Adolphson, D. L., Cornia, G. C., and Walters, L. C. (1989). Railroad property valuation using data envelopment analysis. *Interfaces*, 19(3), 18-26.

Adom, P. K., Agradi, M., and Vezzulli, A. (2021). Energy efficiency-economic growth nexus: what is the role of income inequality?. *Journal of Cleaner Production*, 310, 127382.

Agénor, P. R., and Moreno-Dodson, B. (2006). *Public infrastructure and growth: New channels and policy implications* (Vol. 4064). Washington: World Bank Publications.

Alesina, A., Di Tella, R., and MacCulloch, R. (2004). Inequality and happiness: are Europeans and Americans different?. *Journal of Public Economics*, 88(9-10), 2009-2042.

Al-Majali, A. A. (2023). The Effect of Democracy and Income Inequality (Gini Index). *Jordanian Journal of Law & Political Science*, 15(4), 1204-1218.

Aschauer, D. A. (1989). Infrastructure Enhances National Competitiveness. *Constructor*, 71(11), 16-19.

Asongu, S. A., and Odhiambo, N. M. (2021). Inequality, finance and renewable energy consumption in Sub-Saharan Africa. *Renewable Energy*, 165, 678-688.

Asongu, S. A., and Odhiambo, N. M. (2024). Inequality and renewable energy consumption in Sub-Saharan Africa: implication for high income countries. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 37(2), 382-398.

Banker, R. D., Charnes, A., and Cooper, W. W. (1984). Some models for estimating technical and scale inefficiencies in data envelopment analysis. *Management Science*, 30(9), 1078-1092.

Barak, D. (2022). The Impact of Income Inequality, Renewable Energy Consumption, Non-Renewable Energy Consumption and Per Capita Income on Poverty: Evidence from BRICS Economies. *Ekonomika*, 101(1), 62-83.

Boix, C. (2003). *Democracy and redistribution*. Cambridge: Cambridge University Press.

Boussofiane, A., Dyson, R. G., and Thanassoulis, E. (1991). Applied data envelopment analysis. *European Journal of Operational Research*, 52(1), 1-15.

- Brada, J. C., and Bah, E. M. (2014). Growing income inequality as a challenge to 21st century capitalism. *Italian Association for the Study of Economic Asymmetries, Working Paper*, 1402.
- Braithwaite, J., and Braithwaite, V. (1980). The effect of income inequality and social democracy on homicide: A cross-national comparison. *The British Journal of Criminology*, 20(1), 45-53.
- Buhmann, B., Rainwater, L., Schmaus, G., and Smeeding, T. M. (1988). Equivalence scales, well-being, inequality, and poverty: sensitivity estimates across ten countries using the Luxembourg Income Study (LIS) database. *Review of Income and Wealth*, 34(2), 115-142.
- Charnes, A., Cooper, W., Lewin, A. Y., and Seiford, L. M. (1997). Data envelopment analysis theory, methodology and applications. *Journal of the Operational Research society*, 48(3), 332-333.
- Churchill, S. A., Ivanovski, K., and Munyanyi, M. E. (2021). Income inequality and renewable energy consumption: Time-varying non-parametric evidence. *Journal of Cleaner Production*, 296, 126306.
- Clark, A. E., Frijters, P., and Shields, M. A. (2008). Relative income, happiness, and utility: An explanation for the Easterlin paradox and other puzzles. *Journal of Economic Literature*, 46(1), 95-144.
- Cooper, W. W., Li, S., Seiford, L. M., Tone, K., Thrall, R. M., and Zhu, J. (2001). Sensitivity and stability analysis in DEA: some recent developments. *Journal of Productivity Analysis*, 15(3), 217-246.
- Cooper, W. W., Seiford, L. M., and Tone, K. (2007). Data envelopment analysis. A Comprehensive Text with Models, Application, References and DEA-Solver Software, Second Edition, Springer Science, New York, 43-128.
- Crawford, G., and Abdulai, A. G. (2012). Democratization, poverty and inequality. In *Routledge Handbook of Democratization* (pp. 353-367). London: Routledge.
- Deetz, S. (1992). *Democracy in an Age of Corporate Colonization*. Albany, NY: SUNY Press.
- Diener, E., Sandvik, E., Seidlitz, L., and Diener, M. (1993). The relationship between income and subjective well-being: Relative or absolute?. *Social Indicators Research*, 28, 195-223.
- Dong, K., Dou, Y., and Jiang, Q. (2022). Income inequality, energy poverty, and energy efficiency: Who cause who and how?. *Technological Forecasting and Social Change*, 179, 121622.
- Driscoll, J. C., and Kraay, A. C. (1998). Consistent covariance matrix estimation with spatially dependent panel data. *Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549-560.
- Duygan, B. and Güner, N. (2006). Income and consumption inequality in Turkey: what role does education play?. S. Altuğ ve A. Filiztekin (der.), *The Turkish Economy: The Real Economy, Corporate Governance and Reform and Stabilization Policy* içinde (63-91). Londra: Routledge.
- Dyson, R. G., Allen, R., Camanho, A. S., Podinovski, V. V., Sarrico, C. S., and Shale, E. A. (2001). Pitfalls and protocols in DEA. *European Journal of Operational Research*, 132(2), 245-259.
- Easterlin, R. A. (2001). Income and happiness: Towards a unified theory. *The Economic Journal*, 111(473), 465-484.
- Fairchild, D., and Weinrub, A. (2017). *Energy democracy* (pp. 195-206). Island Press/Center for Resource Economics.
- Ferrer-i-Carbonell, A. (2005). Income and well-being: an empirical analysis of the comparison income effect. *Journal of Public Economics*, 89(5-6), 997-1019.

- Frees, E. W. (2014). Longitudinal and panel data models. *Predictive Modeling Applications in Actuarial Science*, 1, 167-181.
- Friedman, M. (1937). The use of ranks to avoid the assumption of normality implicit in the analysis of variance. *Journal of the American Statistical Association*, 32(200), 675-701.
- Gastwirth, J. L. (1972). The estimation of the Lorenz curve and Gini index. *The Review of Economics and Statistics*, 54(3), 306-316.
- Gradstein, M., Milanovic, B., and Ying, Y. (2001). Democracy and income inequality: An empirical analysis. *CESifo Working Paper Series*, 411; *World Bank Research Working Paper*, 2561.
- Hooper, E., Peters, S., and Pintus, P. A. (2021). The impact of infrastructure investments on income inequality: Evidence from US states. *Economics of Transition and Institutional Change*, 29(2), 227-256.
- Husaini, D. H., Mansor, S. A., and Lean, H. H. (2024). Income inequality, natural resources dependence and renewable energy. *Resources Policy*, 89, 104480.
- Huynh, C. M., and Phan, T. N. (2024). Climate change and income inequality: Does renewable energy matter?. *Renewable Energy*, 233, 121147.
- Islam, M. N. (2016). Does democracy reduce income inequality?. *Empirical Economics*, 51, 1299-1318.
- Kahneman, D., Krueger, A. B., Schkade, D., Schwarz, N., and Stone, A. A. (2006). Would you be happier if you were richer? A focusing illusion. *Science*, 312(5782), 1908-1910.
- Kakwani, N. C. (1980). *Income Inequality and Poverty*. New York: World Bank.
- Kemal, A. R. (2006). Income Inequalities in Pakistan and a strategy to reduce income inequalities. *Background Paper for PRSP-II, PRSP Secretariat, Government of Pakistan*.
- Krieger, T., and Meierrieks, D. (2016). Political capitalism: The interaction between income inequality, economic freedom and democracy. *European Journal of Political Economy*, 45, 115-132.
- Lee, C. S. (2005). Income inequality, democracy, and public sector size. *American Sociological Review*, 70(1), 158-181.
- Luckham, R., Goetz, A. M., and Kaldor, M. (2000). Democratic institutions and politics in contexts of inequality, poverty, and conflict: A conceptual framework. *IDS Working Paper*, 104. Brighton, UK: Institute of Development Studies at the University of Sussex.
- Mahalik, M. K., Patel, G., Sahoo, B. K., and Rahman, M. M. (2023). Impact of income inequality on renewable energy demand in south Asian economies. *Energy Policy*, 180, 113628.
- Masron, T. A., and Subramaniam, Y. (2021). Renewable energy and poverty–environment nexus in developing countries. *GeoJournal*, 86(1), 303-315.
- Meybodi, M. E., and Owjimehr, S. (2024). The nexus of climate policy uncertainty, renewable energy and energy inequality under income disparities. *Energy Strategy Reviews*, 53, 101381.
- Mishra, A., and Agarwal, A. (2019). Do infrastructure development and urbanisation lead to rural-urban income inequality? Evidence from some Asian countries. *International Journal of Sustainable Economy*, 11(2), 167-183.
- Moreno, B., and López, A. J. (2008). The effect of renewable energy on employment. The case of Asturias (Spain). *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 12(3), 732-751.

- Mugeni, S. (2015). *Foreign investment, democracy and income inequality: Empirical evidence*. Master's Thesis, Department of Economics, University of Ottawa, U.S.A.
- Muller, E. N. (1988). Democracy, economic development, and income inequality. *American Sociological Review*, 53(1), 50-68.
- Norman, M., and Stoker, B. (1991). *Data envelopment analysis: The assessment of performance*. Chichester, UK: Wiley.
- Pandey, B., Brelsford, C., and Seto, K. C. (2022). Infrastructure inequality is a characteristic of urbanization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 119(15), e2119890119.
- Perotti, R. (1996). Growth, income distribution, and democracy: What the data say. *Journal of Economic growth*, 1, 149-187.
- Pesaran, M. H. (2021). General diagnostic tests for cross-sectional dependence in panels. *Empirical Economics*, 60(1), 13-50.
- Peterson, G. E. (1984). Financing the nation's infrastructure requirements. In *Perspectives on urban infrastructure* (pp. 110-142). Washington, DC: National Academies Press.
- Policardo, L. (2015). Democratization, environmental and income inequality. *Environment and Development Economics*, 20(6), 813-835.
- Prud'Homme, R. (2004). *Infrastructure and Development* (pp. 3-5). Washington, DC: World Bank.
- Reuveny, R., and Li, Q. (2003). Economic openness, democracy, and income inequality: An empirical analysis. *Comparative Political Studies*, 36(5), 575-601.
- Rubinfeld, D. L., and Thomas, R. (1980). On the economics of voter turnout in local school elections. *Public Choice*, 35(3), 315-331.
- Servén, L., and Calderón, C. (2004). The effects of infrastructure development on growth and income distribution. *Documentos de Trabajo (Banco Central de Chile)*, (270), 1-47.
- Sharma, R., and Rajpurohit, S. S. (2022). Nexus between income inequality and consumption of renewable energy in India: a nonlinear examination. *Economic Change and Restructuring*, 55(4), 2337-2358.
- Shen, Y., and Yao, Y. (2008). Does grassroots democracy reduce income inequality in China?. *Journal of Public Economics*, 92(10-11), 2182-2198.
- Simionescu, M., and Cifuentes-Faura, J. (2024). Evaluating the relationship between income inequality, renewable energy and energy poverty in the V4 countries. *Energy Research & Social Science*, 115, 103640.
- Sinuany-Stern, Z., Mehrez, A., and Hadad, Y. (2000). An AHP/DEA methodology for ranking decision-making units. *International Transactions in Operational Research*, 7(2), 109-124.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2023), Gösterge ve İstatistikler – Temel Ekonomik Göstergeler – Bütçe verileri – Kamu Maliyesi Gerçekleşmeleri - Genel Devlet Toplam Gelir ve Harcamaları, [https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2022/11/Genel\\_Devlet\\_Gelir\\_ve\\_Harcamaları-1999-2023.xls](https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2022/11/Genel_Devlet_Gelir_ve_Harcamaları-1999-2023.xls) [Erişim Tarihi: 21.04.2023].
- Topcu, M., and Tugcu, C. T. (2020). The impact of renewable energy consumption on income inequality: Evidence from developed countries. *Renewable Energy*, 151, 1134-1140.

- Union, I. P. United Nations Development Programme (UNDP) (2018). Changing. Improving. Delivering. Foreword., <https://annualreport.undp.org/2018/> [Erişim Tarihi: 21.05.2024].
- Uzar, U. (2020). Is income inequality a driver for renewable energy consumption?. *Journal of Cleaner Production*, 255, 120287.
- Van der Meer, T. W., and Van Ingen, E. J. (2009). Schools of democracy? Disentangling the relationship between civic participation and political action in 17 European countries. *European Journal of Political Research*, 48(2), 281-308.
- Vassiloglou, M., and Giokas, D. (1990). A study of the relative efficiency of bank branches: an application of data envelopment analysis. *Journal of the Operational Research Society*, 41(7), 591-597.
- Wang, Q., Zhang, C., and Li, R. (2023). Does renewable energy consumption improve environmental efficiency in 121 countries? A matter of income inequality. *Science of The Total Environment*, 882, 163471.
- Weede, E. (1989). Democracy and income inequality reconsidered. *American Sociological Review*, 54(5), 865-868.
- Weede, E. (1997). Income inequality, democracy and growth reconsidered. *European Journal of Political Economy*, 13(4), 751-764.
- Wilkinson, R. G., and Pickett, K. E. (2006). Income inequality and population health: a review and explanation of the evidence. *Social Science & Medicine*, 62(7), 1768-1784.
- Wu, C. E., and Chu, Y. H. (2007). Income inequality and satisfaction with democracy: Evidence from East Asia. *A Comparative Survey of Democracy, Governance and Development, Asian Barometer, Working Paper Series*, 42.
- Yang, X., Ramos-Meza, C. S., Shabbir, M. S., Ali, S. A., and Jain, V. (2022). The impact of renewable energy consumption, trade openness, CO2 emissions, income inequality, on economic growth. *Energy Strategy Reviews*, 44, 101003.
- Zecca, E., and Nicolli, F. (2021). Inequality, democracy and green technological change. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127061.
- Zolfaghari, M., Kabiri, M., and Saadatmanesh, H. (2020). Impact of socio-economic infrastructure investments on income inequality in Iran. *Journal of Policy Modeling*, 42(5), 1146-1168.



KAVRAMSAL MAKALE

**Teknoloji Çağında Dilin Evrimi: Dijital Dil**

Dr. Öğr. Üyesi Meltem SARGIN, Dokuz Eylül Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, İzmir, e-posta: [meltem.sargin@deu.edu.tr](mailto:meltem.sargin@deu.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1298-4142>

**Öz**

İnsan iletişiminin en önemli parçasını oluşturan dil kullanımı zaman içerisinde çeşitli etkenlere bağlı olarak sürekli değişen ve gelişen bir olgudur. Günümüzde dilin değişmesini ve gelişmesini, bir başka deyişle evrimleşmesini sağlayan etkenlerden biri, belki de en önemlisi dijital teknolojidir. Bilgisayar ve internet teknolojisinin ortaya çıkması ve insan hayatının her alanına girmesiyle birlikte iletişimde ve dil kullanımında çarpıcı değişimler meydana gelmiştir. İnternet üzerinden gerçekleştirilen iletişimde kullanılan yeni dil modeline 'dijital dil' adı verilmektedir. Pek çok yönden araştırılmaya elverişli bu kavram özellikle dilbilimsel açıdan büyük ve küçük ölçekli düzeyde incelenmeye değer görülmektedir. Bu makale alanyazında yapılmış olan çalışmalardan yararlanarak dijital dilin özelliklerini, ölçünlü dille arasındaki farklılıkları, dijital dil kullanımının olumlu ve olumsuz yönlerini açıklamayı ve bu değişimin geleceği konusunda öngörülerde bulunmayı hedeflemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Dil, Hipermetin, Dijital Medya Okuryazarlığı.

**Makale Gönderme Tarihi:** 24.12.2024

**Makale Kabul Tarihi:** 01.03.2025

**Önerilen Atıf:**

Sargin, M. (2025). Teknoloji Çağında Dilin Evrimi: Dijital Dil, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(3): 199-207.



**Journal of Social, Humanities and  
Administrative Sciences**

2025, 8(3): 199-207. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1511](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1511)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: [www.sobibder.org](http://www.sobibder.org)



CONCEPTUAL PAPER

**The Evolution of Language in the Age of Technology: Digital Language**

Assistant Prof. Dr. Meltem SARGIN, Dokuz Eylül University, Faculty of Letters, İzmir, e-mail:  
[meltem.sargin@deu.edu.tr](mailto:meltem.sargin@deu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1298-4142>

**Abstract**

Language use, the most important part of human communication, is a phenomenon that constantly changes and evolves over time depending on various factors. Today, one of the factors, perhaps the most important one, that enables language to change and develop, in other words, to evolve, is digital technology. With the emergence of computer and internet technology and its penetration into every aspect of human life, dramatic changes have occurred in communication and language use. The new language model in communication on the internet is called 'digital language'. This concept, suitable for research in many aspects, is especially worthy of linguistic investigation at macro and micro levels. This article aims to explain the characteristics of digital language, the differences between it and standard language, the positive and negative aspects of it, and to make predictions about the future of this change by making use of the studies conducted in the literature.

**Keywords:** Digital Language, Hipertext, Digital Media Literacy.

**Received:** 24.12.2024

**Accepted:** 01.03.2025

**Suggested Citation:**

Sargin, M. (2025). The Evolution of Language in the Age of Technology: Digital Language, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(3): 199-207.



## GİRİŞ

İnsanoğlu varoluşundan bu yana farklı iletişim yöntemleri kullanmış, doğasının bir özelliği olan dil, insan iletişim ve etkileşiminin en temel unsuru olmuştur. Dil, kullanıldığı toplumun ve kültürün özelliklerini yansıtan dinamik bir dizgedir. Bu özelliğiyle, daima gelişmekte ve değişmekte, başka bir deyişle evrimleşmektedir. Önceleri daha uzun zaman dilimlerinde meydana gelen bu değişimler teknolojik gelişmelere koşut olarak daha hızlı meydana gelmeye başlamış ve daha gözlenebilir hale gelmiştir. Dijital teknolojilerin ve çevrimiçi iletişim platformlarının ortaya çıkmasıyla dilin son yıllarda geçirdiği önemli değişimler inkâr edilemez düzeydedir. Birbirimizle iletişim kurma ve etkileşime geçme biçimleri, bu yeni teknolojiler tarafından dönüştürülmüş; yeni dil ve iletişim biçimlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Örneğin, mektup ve telgraf gibi bazı iletişim yöntemleri yok olurken mail, kısa mesaj, sesli ve görüntülü mesajlar gibi yöntemler ortaya çıkarak yaygınlaşmıştır.

Bilgisayar teknolojisinin gelişip hayatımızın her alanına girmesiyle birlikte iletişimde meydana gelen değişimler sonucunda 'dijital iletişim' diye adlandırılan yeni bir iletişim modeli oluşmuştur. 'Bilgisayar Ortamlı İletişim' (Computer Mediated Communication) olarak da adlandırılan bu iletişimin temelleri batı alanyazınında 1980'lere dayanmakla birlikte 1990'larda adından söz edilmeye başlandığı görülmektedir (Androutsopoulos, 2017:403). Örneğin, 1996 yılında Susan C. Herring tarafından editörlüğü yapılmış olan *Computer Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-cultural Perspectives* (Bilgisayar Ortamlı İletişim: Dilbilimsel, Toplumsal ve Kültürlerarası Bakış Açıları) başlıklı kitapta konuya ilişkin pek çok makale bulunmaktadır. Başlıktan anlaşılacağı üzere Bilgisayar Ortamlı İletişimin pek çok farklı boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlardan biri ve belki de en önemlisi dilbilimsel boyutudur. Zira, bilgisayar aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimin önemli bir bölümünü dilsel iletişim oluşturmakta ve dil üzerindeki etkileri dikkat çekmektedir.

Bilgisayar ve internet teknolojisine koşut biçimde gelişip değişen iletişim bağlamı beraberinde 'dijital dil' diye adlandırılan kavramı getirmiştir. Bu makalede dijital dilin özellikleri, ölçünlü dilde ne gibi değişimlere neden olduğu, dijital dil kullanımının olumlu ve olumsuz yönleri açıklanacak ve bu değişimin geleceği konusunda öngörülerde bulunulacaktır.

## DİJİTAL DİL

Alanyazında net bir tanımı olmamasına karşın dijital dilin, dijital araçlar, teknolojiler ve platformlar aracılığıyla kullanılan dil anlamına geldiğini söylemek mümkündür. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, 1990'larda AOL Instant Messenger gibi anlık mesajlaşma platformlarının ve 2000'lerde sosyal medya platformlarının yükselişi, dijital dili daha belirgin hale getirmiştir. 1990'ların sonlarında emojilerin ortaya çıkması ve 2010'larda Unicode tarafından standartlaştırılması, dijital iletişimde önemli bir dönüm noktası olmuştur (Danesi, 2016). Bugün, dijital dil yapay zekâ, sesli asistanlar ve artırılmış gerçeklik (augmented reality) gibi teknolojilerin entegrasyonu ile gelişmeye devam etmektedir.

Dijital dilin neleri içerdiğine değinilecek olursa, bunları üç başlık halinde özetlemek mümkündür:

*Metinsel Özellikler:* Kısaltmalar (örneğin, "BRB" - "be right back"), kısma adlar (akronimler) (örneğin, "ASAP" - "as soon as possible") ve sözcüklerin yazımlarını değiştirme (örneğin, "thx" - "thanks"). İngilizce olan bu örnekler Türk internet kullanıcıları tarafından da kullanılmakla birlikte KİB (kendine iyi bak), mrb (merhaba), slm (selam) gibi Türkçeye özgü kısaltma ve yazım değişikliklerine sıkça rastlanmaktadır.

*Görsel Unsurlar:* Fotoğraf ve resimlerin yanı sıra emoji, GIF'ler ve çıkartmalar, mesajlara duygusal ve bağlamsal derinlik katan unsurlar olarak kullanılmaktadır (Herring, 2002).

*Çok Modlu İletişim:* Metin, görseller, videolar ve sesin bir araya gelerek daha zengin iletişim deneyimleri yaratması internet ortamında çok yaygın biçimde yer almaktadır.

Görüldüğü gibi internet ve sosyal medyanın yaygınlaşması dilin hem biçimsel hem de kullanım özelliklerinde değişimlere neden olmuştur ve olmaktadır. Sakallı ve Bahadıroğlu (2018:143) dijital dilin yazılı ve sözlü dilin bileşiminden oluşan yeni bir dil olduğunu belirtmektedir. Bu yeni dil, her gün iletişim amacıyla ürettiğimiz yazılı ve sözlü metinlerin de değişmesine ve 'hipermetin' denilen kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Hipermetin ilk olarak 1965 yılında Theodor Nelson tarafından tanımlanmış ve sıralı olmayan yazma ve okuma için bir sistem olarak tasarlanmıştır. Temel olarak, bilgi parçaları arasında bağlantı kurarak doğrusal olmayan bir şekilde gezinmeyi sağlayan 'bağlantılı metin' anlamına gelmektedir. Özellikle Dünya Çapında Ağ (World Wide Web) bağlamında, dijital iletişim ve yazının temel bir unsuru haline gelmiştir (Lang, 2023:51-52).

Bu yeni metin türünün özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Pisarski, 2011; Lang, 2023):

1. Hiper Bağlantılar: Anlam ilişkilerine dayalı olarak farklı içerik bölümlerini birbirine bağlama
2. Metinlerarasılık: Dijital yazının metinlerarası doğasını güçlendirme ve metinler arasındaki bağlantıları açık ve anlık hale getirme
3. Doğrusal Olmayan Yapı: Geleneksel metinlerin aksine, çoklu yollarla düzenlenebilme ve kullanıcıların içeriği doğrusal olmayan bir şekilde gezinmesine olanak tanıma
4. Hiper Medya: Metin, görseller, ses ve video gibi çeşitli medya türlerini entegre ederek çok modlu bir deneyim yaratma

Görüldüğü gibi hipermetin kavramının büyük ölçekli yapısı geleneksel metinlerin çizgisel, analitik özellikleri açısından farklılık göstermektedir. Ayrıca, hipermetin dijital ortamlarda metinlerarasılığı yeniden tanımlamıştır. Geleneksel metinlerarasılık, okuyucunun metinler arasındaki bağlantıları yorumlama çabasına dayanırken, hipermetin bu bağlantıları hiper bağlantılar aracılığıyla daha anlaşılır ve açık hale getirmektedir (Pisarski, 2011:186). Bu doğrudanlık, dijital ortamlarda bilginin erişilebilirliğini ve kullanılabilirliğini artırmaktadır.

Hipermetin, dijital dilin kullanımını ve anlaşılmasını dönüştürmüştür. Okuyucu ile metin arasında dinamik bir etkileşim sağlamak ve katılımcıya bir okuma deneyimi sunmaktadır. Bu durum, özellikle okuyucuların kendi anlatı yollarını seçebildiği hipermetin kurgusunda belirginleşmektedir; böylece okuyucular hikâyenin ortak yaratıcıları haline gelmektedir (Millard ve Hargood, 2021:510). Bu özelliğiyle hipermetinlerden, e-öğrenme ve dijital okuryazarlığı desteklemek için eğitim bağlamında yaygın olarak yararlanılmaktadır. Öğrencilerin içeriği kendi hızlarında ve ilgi alanlarına göre keşfedebilecekleri etkileşimli ve işbirlikçi öğrenme ortamlarının oluşturulmasını sağlamakta kullanılmaktadır. Ancak, araştırmalar hipermetnin doğrusal olmayan yapısının, özellikle acemi kullanıcılar veya dil öğrenenler için bazen kafa karışıklığına yol açabileceğini göstermiştir (Altun, 2003:12).

Dijital ortamda hipermetinlerdeki geleneksel metin anlayışından farklılaşan kullanımlar büyük ölçekli metin yapısına ilişkin bir değişimi göstermektedir. Sosyal medya platformlarındaki iletilerde ise küçük ölçekteki dil kullanımında, özellikle sözcük düzeyinde oldukça çarpıcı bir değişim görülmektedir. Öyle ki, sosyal medya kullanmayan ya da bilgisayar teknolojisinin içine doğmadığı için sosyal medyaya daha mesafeli duran X kuşağı, özellikle Z kuşağı tarafından

kullanılan dilsel ifadeleri anlamakta güçlük çekmekte ya da hiç anlayamamaktadır. Bu farklı dil kullanımı kimi araştırmacılar tarafından 'hatalı dil kullanımı' olarak ifade edilmektedir. Yapılan çalışmalarda sosyal medyadaki dil kullanımının belli başlı özellikleri şu şekilde saptanmıştır:

- 'Konuşma dili olduğu gibi yazıya yansıtılmaktadır.
- Sözü etkisini arttırmak için gereksiz harf tekrarları yapılmaktadır.
- Türkçe alfabede bulunmayan Q, W, X harfleri kullanılmaktadır.
- S harfi SH, Ç harfi CH olarak yazılmakta, ç,ğ,ö,ş,ü harflerinin yazımından kaçınılmaktadır.
- Bazı kelimeler rakamlarla birlikte yazılarak kısaltılmaya çalışılmaktadır.
- Bağlaçlar, edatlar, zamirler yanlış yazılmakta ya da kısaltılmaktadır.
- İngilizce kelimeler mastar ekiyle Türkçeleştirilmeye çalışılmaktadır. Elektronik sözlüklerde takma adların çoğunluğu İngilizce kelimelerden seçilmiştir.
- Bir taraftan kısaltmalar yaparak yazmak yaygınlaşırken öte taraftan bir harf yerine iki harf yazımı yaygınlaşmaktadır. (S harfi yerine SH gibi). Bu da İngilizceye olan özentinin göstergesidir.' (Karahisar, 2013:79).

Bunlara ek olarak Kırık (2012:1026) alanyazında sosyal medyada dil kullanımına ilişkin olarak saptanan noktaların bazılarını şöyle örneklendirmektedir:

- 'Hece düşmesi ve kısaltmalar: Slm: Selam, Mrb: Merhaba, Tsk: Teşekkürler, Nbr: Naber?, Kib: Kendine iyi bak, Npyn: Ne yapıyorsun?, aeo: Allah'a emanet ol
- Ünsüz düşmesi ve ikinci hecedeki değişiklikler: İlilik: İyilik, Saol: Sağol, Dio: Diyor, Aney: Anne
- İngilizce kökenli kelimeler: Ok: Tamam, Bye: Güle güle, Bradır: Brother
- Bozulmuş İngilizce - Türkçe kelimeler: Sewsin: Sevsin, Dwm et: Devam et, Ewet: Evet, Veriyorum: Veriyorum
- Ses değişiklikleri: Ajkm: Aşkım, Güsel: Güzel, Össledim: Özledim'

Sosyal medyadaki dil kullanımında sözdizimsel düzlemde de farklılık olduğu, karmaşık ve bağlı tümcelerden çok kısa ve basit tümce yapılarının kullanıldığı görülmektedir (Sarıkaya 2023:669). Ancak dijital dilde dikkat çeken en önemli özelliklerden biri daha önce söz ettiğimiz ve yukarıda da örnekleri görülen kısaltmalar ve yanlış yazımlardır. Sarıkaya (2023:675) bu durumu sosyal medyadaki iletişimin hızına bağlamakta, bunu iletişim açısından bir başarı olarak görürken yazım hatalarını kullanıcıların zamana karşı yarışırken yaptıkları dikkatsizlikler olarak değerlendirmektedir. Ayrıca, Marx (2021)'e yaptığı atıfla sosyal medyadaki dil kullanımının yalnızca sanal ortamda etkili olduğunu, günlük dil kullanımı üzerinde bir değişime neden olmadığını belirtmektedir. Ancak son zamanda gençler arasında sosyal medyada kullanılan *güno* (günaydın), *üni* (üniversite) *yeto* (yeter), *müko* (mükemmel), *erko* (erkek) gibi bazı kısaltmalara günlük yaşamda, hatta dizi filmlerde geçen diyaloglarda da rastlanmaktadır. Bunların yanı sıra sosyal medyada özellikle yoğun argo ve küfür kullanımı dikkat çekmekte, aynı durumun dijital platformlardaki eğlence programları, dizi ve filmlerdeki dil kullanımına yansdığı da görülmektedir.

Yukarıda örnekleri verilen ölçünlü dilin özelliklerine aykırı değişimler, yazım ve noktalama yanlışları, argo ve küfür kullanımı bazı araştırmacılarca dilde ve dolayısıyla kültürde yozlaşma olarak değerlendirilmektedir. Bozkurt (2021:40) bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir:

"Sosyal medya platformlarında dil kullanım pratikleriyle ilgili olarak gözlemlenen hatalı kullanımlar giderek yaygınlaşmakta, bu durum dilin doğal gelişim sürecine zarar verdiği kadar bireylerin iletişim kapasitelerini de sınırlandırmaktadır. ... günümüzde sosyalliğin merkezi konumunda olan sosyal medya platformlarındaki dilin ortaya çıkarmış olduğu

değişimi normal görmek yanlış olacaktır. Bu değişim ancak ve ancak dilde yozlaşma, bozulmadır.”

Bu noktada dijital iletişimde kullanılan dili iki farklı boyutta inceleme gereği ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, dijital ortamlarda geleneksel dil kullanımının teknolojik olanaklar aracılığıyla sürdürülmesi ve iş dünyası, reklamcılık, haber, siyaset, özellikle de eğitim gibi alanlarda bir takım kolaylıklar sağlamasıdır. Bu yönüyle ‘dijital dil’ terimi dil öğrenimini, iletişimi ve okuryazarlığı kolaylaştırmak için dijital araçların, teknolojilerin ve platformların kullanımını ifade etmek için kullanılmaktadır. Dijital dil öğrenimi, mobil uygulamalar, sanal gerçeklik ve çevrimiçi platformlar gibi dijital araçların, ikinci dil edinimi ve öğretimine yardımcı olmak için kullanılması anlamında kullanılmaktadır. Li ve Lan’a (2022:359) göre, "dijital dil öğrenme uygulamaları, ikinci dil edinimini desteklemek için yenilikçi yollar sunarak sürükleyici ve etkileşimli ortamlar sağlamaktadır". Dijital dil, aynı zamanda dijital medya tarafından mümkün kılınan okuma, yazma ve iletişim uygulamalarını içeren ‘dijital okuryazarlıklarla’ ilişkilendirilmektedir. Bu okuryazarlıklar, dil öğrenimi bağlamında dijital araçları etkili bir şekilde kullanmak ve bunlardan yararlanmak için gerekli görülmektedir (Hafner, Chik ve Jones, 2015:12). Dijital dil öğrenim materyalleri, dil öğrenme deneyimlerini geliştirmek için tasarlanmış, çoklu ortam içerikleri, e-kitaplar ve etkileşimli yazılımlar gibi dijital teknolojiler kullanılarak oluşturulan eğitim kaynaklarıdır (Chapelle ve Sauro, 2017: 45). Görüldüğü gibi bu yönüyle dijital dil kavramı son derece yararlı ve önemli işlevleri yerine getirmektedir.

Dijital iletişimde kullanılan dilin ikinci boyutu da yukarıda örneklerini verdiğimiz özellikle sosyal medyada anlık olarak kullanılan, ölçünlü dilden büyük ölçüde farklılaşmış dil kullanımınıdır. Araştırmacılar tarafından eleştirilen, dil ve kültür yozlaşmasına neden olduğu düşünülen dil kullanımı da budur. Günümüzde giderek yaygınlaşarak bir tür dil değişkesi halini alan bu dil kullanımının, dil yozlaşması dışında neden olduğu başka olumsuz yönlerin de bulunduğu ifade edilmektedir. Bu olumsuzluklar şu şekilde özetlenebilir:

1. Metin tabanlı iletişimde sözsüz ipuçlarının eksikliği, yanlış anlaşılmalara yol açabilmektedir.
2. Kısaltmaların ve emojilerin aşırı kullanımı, dilin zenginliğini azaltabilir.
3. Herkesin dijital araçlara eşit erişimi bulunmamaktadır, bu da iletişimde eşitsizlikler yaratmaktadır (Thorne, 2008).
4. Bunlara ek olarak kuşaklar arasındaki iletişim mesafesini arttırdığı söylenebilir.

Bu noktada akla gelebilecek bir soru, bu tür bir dil kullanımının hiç mi olumlu yönü olup olmadığıdır. Bu soruya yanıt olarak sosyal medyada kullanılan dijital dilin olumlu yönlerine aşağıdaki noktalar verilebilir:

1. Verimlilik: Dijital dil, hızlı ve özlü bir iletişim olanağı vermekte, zaman ve çaba tasarrufu sağlamaktadır.
2. Yaratıcılık: Emojiler, memler ve diğer çok modlu araçlar aracılığıyla kullanıcılar kendilerini yenilikçi yollarla ifade edebilmektedirler.
3. Küresel Bağlantı: Dijital dil, dilsel ve kültürel sınırları aşarak iletişimi kolaylaştırmaktadır (Herring, 2002).

## SONUÇ

Dijital iletişim olanaklarının ortaya çıkmasıyla gündeme gelen dijital dil kavramı farklı boyutlar içermektedir ve farklı açılardan incelenmeye elverişli bir alan oluşturmaktadır. Dilbilimsel açıdan baktığımızda dijital dil, iki farklı biçimde tanımlanabilir: 1) Geleneksel metin ve dil yapılarının teknolojik olanaklar yardımıyla zenginleştirilerek daha etkili biçimde kullanılması, 2) Özellikle haberleşme uygulamaları ve sosyal medya gibi dijital ortamlarda hızlı iletişim biçimine uygun olarak gelişmiş, ölçünlü dilin değiştirilmiş, kısaltılmış, emoji'lerle harmanlanmış biçiminin kullanılması. Bunlardan birincisi bir kazanım olarak kabul edilirken, ikincisi genellikle dil ve kültüre karşı bir tehdit olarak görülmektedir. Ancak, dilin dinamik, yani sürekli değişen ve gelişen bir olgu olduğu düşünülürse bu durum normal ve kaçınılmazdır. Dildeki değişimler toplumsal değişimlere koşut olarak ve bir takım gereksinimleri karşılamak amacıyla ortaya çıkmaktadır. Bu durumun yadırganması, değişimin eskiye kıyasla çok hızlı meydana gelmesinden kaynaklanmaktadır; çünkü teknolojik gelişmeler büyük bir ivmeyle devam etmekte, daha önceleri on yıllık bir zaman diliminde meydana gelen teknolojik yenilikler bir iki yılda gerçekleşmektedir. 'Toplumsal değişimin geleneksel toplumlarda daha yavaş olmasına karşın, endüstriyel toplumlarda daha hızlı bir biçimde gerçekleştiği' gözlenmektedir (Özkalp, 2015:307). Dolayısıyla hızlı bir biçimde ortaya çıkan dijital dil de her toplumda ve toplumun her kesiminde kolayca benimsenmeyebilir.

Dijital teknolojinin hızlı gidişatında iletişimin değişmeye devam ettiği, özellikle yazılı iletişimin giderek görselliğe evrildiği fark edilmektedir. Yazının yerini fotoğrafların, görsellerin, videoların aldığı, köşe yazarlarının bile günlük ya da haftalık zaman dilimlerinde gündeme ilişkin yorumlarını sosyal medya kanallarına yükledikleri videolar aracılığıyla yaptıkları görülmektedir.

Dijital iletişimin geleceğine bakılacak olursa, yapay zekâ, sanal gerçeklik ve doğal dil işleme alanlarındaki gelişmelerle şekilleneceği öngörülmektedir. Yapay zekâ destekli sohbet robotları ve sesli asistanlar aracılığıyla, teknolojiyle etkileşimimiz köklü bir dönüşüm geçirmektedir. Ayrıca, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçekliğin iletişim platformlarına entegrasyonun, daha sürükleyici ve etkileşimli deneyimler için yeni fırsatlar yaratabileceği ifade edilmektedir (Danesi, 2016). Dijital dil, gelişmeye devam ettikçe, giderek dijitalleşen bir dünyada birbirimizle bağlantı kurmamızı, iş birliği yapmamızı ve bilgi paylaşımımızı şekillendirmede önemli bir rol oynayacaktır.

Değişim kaçınılmaz olduğu için ona direnmek yerine kabullenmek, gerekli noktalarda önlemler almak ve ondan en iyi şekilde yararlanmaya çalışmak çok daha mantıklı görünmektedir. Etik hususlar bir yana bırakılacak olursa, dijital dilin avantajlarından en iyi şekilde yararlanmak için kullanıcıların aşağıdaki noktaları dikkate almaları fayda sağlayabilir:

- Bağlama uyum sağlanmalıdır: Resmi ortamlarda resmi dil, samimi ortamlarda ise resmiyet dışı dil kullanımına dikkat edilmelidir.
- Çok modluluktan yararlanılmalıdır: İletişimi geliştirmek için çağın gereği olarak metin, görseller ve sesler birleştirilmelidir.
- Güncel gelişmeler takip edilmelidir: Etkili iletişim sağlamak için dijital gelişmelere ayak uydurulmalıdır. Örneğin, yeni terminolojinin ve yeni metin türünün özelliklerinin öğrenilmesi, kültürel tehdide ilişkin farkındalık kazanılması gibi.

Dijital dile ilişkin gelişmeler konusunda kullanıcıların bilinçlendirilmesi, 'dijital medya okuryazarlığı' konusunda örgün ve yaygın eğitimlerin verilmesi teknolojik gelişmelerin gerisinde kalmadan onları en uygun ve etkili biçimde kullanmanın yollarını açacaktır.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

## KAYNAKÇA

Altun, A. (2003). Understanding Hypertext in the Context of Reading on the Web: Language Learners' Experience. *Current Issues in Education* 6(12), 1-15. <https://cie.asu.edu/ojs/index.php/cieatasu/article/view/1685> [Erişim Tarihi: 20.12.2024].

Androutopoulos, J. (2017) Media and Language Change: Expanding The Framework, (Editör) Cotter, C. ve Perrin, D.: *The Routledge Handbook of Language and Media* içinde (ss. 403-421) London: Routledge.

Bozkurt, S. (2021). Sosyal Medya Mecralarında Kullanılan Dil Üzerine Bir Değerlendirme, (Editör) Yıldırım, A.: *Sosyal Medyada Dil Ve İletişim: Retorik, Söylem ve İkna* içinde (ss. 31-45) Ankara: Nobel Bilimsel.

Chapelle, C. A., and Sauro, S. (2017). *The Handbook of Technology and Second Language Teaching and Learning*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118914069> [Erişim Tarihi: 15.12.2024].

Danesi, M. (2016). *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. London: Bloomsbury Publishing.

Hafner, C. A., Chik, A., and Jones, R. H. (2015). Digital Literacies and Language Learning. *Language Learning and Technology*, 19(3): 1-7.

Herring, S. C. (1996). (Editör) *Computer Mediated Communication: Linguistic, Social, and Cross-cultural Perspectives*. Amsterdam: John Benjamins.

Herring, S. C. (2002). Computer-mediated Communication and The Internet. *Annual Review of Information Science and Technology*, 36(1): 109-168.

Karahisar, T. (2013). Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 4(12): 71-83.

Kırık, A. M. (2012). Sosyal Medyada Gençlerin Dili Kullanımı ve Yozlaşma Problemi. *International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges (ISLC) Proceedings Book*. ss: 1017-1030.

Lang, S., (2023). Hypertext, Hyperlinks, and the World Wide Web. içinde *Digital Writing Technologies in Higher Education* (pp. 51-61). Heidelberg/Dordrecht/London/New York: Springer.

Li, M., and Lan, Y. (2022). Digital Tools for Learning New Languages: Benefits and Limitations. *Bilingualism: Language and Cognition*, 25(3): 359-360.

Millard, D. E., and Hargood, C. (2021). Hypertext as a Lens into Interactive Digital Narrative, (Editör) Mitchell, A. and Vosmeer, M.: içinde *Interactive Storytelling*, (ss. 509-524) Heidelberg/Dordrecht/London/New York: Springer.

- Özkalp, E. (2015). *Sosyolojiye Giriş*. Ankara: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Pisarski, M. (2011). Hypertext and Intertextuality: Affinities and Divergencies. *Porównania* 8/2011: 183-194.
- Sakallı, C. ve Bahadıroğlu, D. (2018). Dijital İletişim: Yeni Bir Dile Doğru. *Turkish Studies Information Technologies and Applied Sciences*, 13(6): 129-146.
- Sarıkaya, B. F. (2023). Sosyal Medyada Dil Kullanımı: Emojiler Sayesinde Hızlı İletişime Geçiş. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(5): 663-677.
- Thorne, S. L. (2008). Computer-mediated Communication, (Editör) Hornberger, N. and Van Deusen-Scholl, N.: *Encyclopedia of Language and Education* içinde (ss. 325-336) Berlin/Heidelberg: Springer.



KAVRAMSAL MAKALE

**Ekranada İmaj Yönetimi: Halkla İlişkiler Mesleğinin Dizi ve Filmlerdeki Temsili**

Öğr. Gör. Dr. Fatma YİĞİT AÇIKGÖZ, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Antalya, e-posta: [fatmayigit@akdeniz.edu.tr](mailto:fatmayigit@akdeniz.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3748-1496>

**Öz**

Bu çalışma, halkla ilişkiler mesleğinin medya ve popüler kültürdeki temsiline odaklanmaktadır. Özellikle dizi ve filmler gibi görsel-işitsel içeriklerin, halkla ilişkiler uzmanlarını nasıl tanımladığı ve toplumun bu mesleğe ilişkin algısını nasıl şekillendirdiği incelenmektedir. Popüler kültür, geniş kitlelere ulaşarak mesleki imajın oluşturulmasında güçlü bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu temsiller, çoğunlukla halkla ilişkiler mesleğinin stratejik iletişim, kriz yönetimi ve itibar inşası gibi işlevlerini tam anlamıyla yansıtmaktan uzak olup, genellikle klişelerle dolu bir çerçevede sunulmaktadır. Çalışmada, halkla ilişkiler mesleğinin ekranada manipülatör, sosyal kelebek veya kriz çözme uzmanı gibi klişeleşmiş rollerle nasıl temsil edildiği ele alınmaktadır. Bu bağlamda, seçilmiş dizi ve filmler analiz edilerek, bu temsillerin meslek algısını nasıl etkilediği ve toplumsal düzeyde hangi mesajları taşıdığı değerlendirilmiştir. Çalışmanın amacı, popüler kültür ürünlerinin mesleki imaj üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkilerini tartışarak, halkla ilişkiler profesyonelleri ve akademisyenler için yol gösterici bir perspektif sunmaktır. Elde edilen bulgular, halkla ilişkiler mesleğinin kamuoyundaki algısını anlamaya yönelik akademik literatüre katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Halkla İlişkiler, Popüler Kültür, Medya, Mesleki İmaj.

**Makale Gönderme Tarihi:** 20.01.2025

**Makale Kabul Tarihi:** 04.03.2025

**Önerilen Atıf:**

Yiğit Açıkgöz, F. (2025). Ekranada İmaj Yönetimi: Halkla İlişkiler Mesleğinin Dizi ve Filmlerdeki Temsili, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(3): 208-216.





**Journal of Social, Humanities and  
Administrative Sciences**

2025, 8(3): 208-216. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1512](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1512)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: [www.sobibder.org](http://www.sobibder.org)



CONCEPTUAL PAPER

**Image Management on Screen: Representation of Public Relations Profession in TV Series and Movies**

Dr. Fatma YİĞİT AÇIKGÖZ, Akdeniz University, Vocational School of Social Sciences, Antalya,  
e-mail: [fyacikgoz@gmail.com](mailto:fyacikgoz@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3748-1496>

**Abstract**

This study focuses on the representation of the public relations profession in media and popular culture. In particular, it examines how audiovisual content such as TV series and movies define public relations professionals and shape society's perception of the profession. Popular culture is a powerful tool for creating a professional image by reaching large audiences. However, these representations are often far from fully reflecting the functions of the public relations profession such as strategic communication, crisis management and reputation building, and are often presented in a framework full of clichés. This study examines how the public relations profession is represented on screen in stereotypical roles such as manipulator, social butterfly or crisis resolution expert. In this context, selected TV series and films are analyzed to assess how these representations affect the perception of the profession and what messages they carry at the social level. The aim of the study is to provide a guiding perspective for public relations professionals and academics by discussing the positive or negative effects of popular culture products on professional image. The findings aim to contribute to the academic literature on public perception of the public relations profession.

**Keywords:** Public Relations, Popular Culture, Media, Professional Image.

**Received:** 20.01.2025

**Accepted:** 04.03.2025

**Suggested Citation:**

Yiğit Açıkgöz, F. (2025). Image Management on Screen: Representation of Public Relations Profession in TV Series and Movies, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(3): 208-216.

## GİRİŞ

Halkla ilişkiler mesleği, kurumlar ile hedef kitleleri arasında etkili iletişim kurarak, kurumların itibarını yönetme ve sürdürme sorumluluğunu taşır. Bu mesleğin toplumdaki algısı, büyük ölçüde medya ve popüler kültür ürünleri aracılığıyla şekillenir. Özellikle televizyon dizileri ve sinema filmleri, halkla ilişkiler uzmanlarını nasıl tanıttıklarıyla kamuoyunun mesleğe dair düşüncelerini etkiler. Medyanın halkla ilişkiler mesleğini sunumu, mesleğin toplumsal algısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Örneğin, Coşkun Değirmen ve Yalçın (2020), 2000 yılı sonrası filmlerde halkla ilişkiler mesleğinin etik kodlar bağlamında nasıl temsil edildiğini incelemişlerdir. Popüler kültür, geniş kitlelere ulaşarak mesleki imajın oluşturulmasında güçlü bir araçtır. Ancak bu temsiller, çoğunlukla halkla ilişkiler mesleğinin stratejik iletişim, kriz yönetimi ve itibar inşası gibi işlevlerini tam anlamıyla yansıtmaktan uzak olup, genellikle klişelerle dolu bir çerçevede sunulmaktadır. Örneğin, bazı yapımlarda halkla ilişkiler uzmanları manipülatif, yüzeysel veya etik dışı davranışlar sergileyen karakterler olarak betimlenmektedir. Bu tür temsiller, mesleğin gerçek doğasını yansıtmamakta ve toplumda yanlış bir algı oluşmasına neden olmaktadır. Medyanın halkla ilişkiler mesleğini sunumu, mesleğin toplumsal algısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Örneğin, Coşkun Değirmen ve Yalçın (2020), 2000 yılı sonrası filmlerde halkla ilişkiler mesleğinin etik kodlar bağlamında nasıl temsil edildiğini incelemişlerdir. Benzer şekilde, Özsoy (2004), Türk televizyon dizilerinde halkla ilişkiler mesleğinin nasıl temsil edildiğini ele almıştır. Bu çalışmalar, medyanın mesleki imaj üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, dizi ve filmlerde halkla ilişkiler mesleğinin nasıl temsil edildiğini analiz etmek ve bu temsillerin mesleki imaj üzerindeki etkilerini değerlendirmektir. Özellikle, popüler kültür ürünlerinin halkla ilişkiler uzmanlarını hangi roller içinde sunduğu ve bu sunumların toplumsal algıyı nasıl şekillendirdiği incelenecektir. Bu bağlamda, halkla ilişkiler mesleğinin medya ve popüler kültürdeki temsiline dair mevcut literatür taranacak ve seçilen dizi ve filmler üzerinden içerik analizi yapılacaktır. Ayrıca, medya ve popüler kültürün meslekler üzerindeki etkisini anlamak, halkla ilişkiler uygulayıcıları ve eğitimcileri için de değerli bilgiler sağlayacaktır.

## KURAMSAL ÇERÇEVE

### Halkla İlişkiler Mesleğinin Tanımı ve İşlevleri

Halkla ilişkiler mesleği, kurumlar ve hedef kitleleri arasında karşılıklı anlayış oluşturmaya amaçlayan stratejik bir iletişim süreci olarak tanımlanır. Grunig ve Hunt (1984), halkla ilişkilerin sadece bilgi paylaşımını değil, aynı zamanda iletişim stratejilerinin tasarımı ve uygulanmasını da kapsadığını belirtmişlerdir. Bu meslek, kurumların paydaşlarıyla olan ilişkilerini düzenlemeyi ve sürdürülebilir bir itibar inşa etmeyi amaçlar. Halkla ilişkiler uzmanlarının temel işlevleri arasında kriz yönetimi, stratejik iletişim planlama ve itibar yönetimi yer almaktadır (Wilcox vd., 2015).

Grunig ve Hunt'ın (1984) halkla ilişkiler anlayışı, mesleği anlamada önemli bir çerçeve sunar. Bu çerçeve, halkla ilişkiler mesleğini daha iyi anlamak için dört farklı modelden bahseder: basın ajansı modeli, kamusal bilgi modeli, iki yönlü asimetrik model ve iki yönlü simetrik model. Bu modellerin her biri, halkla ilişkilerin farklı işlevlerini yansıtan iletişim süreçlerini temsil eder. Basın ajansı modeli, haberlerin hızlı ve tek yönlü iletilmesi üzerine odaklanırken, kamusal bilgi modeli kamuoyuna dürüst ve doğru bilgiler sunmayı hedefler. İki yönlü asimetrik model, kurumların hedef kitleleriyle etkileşimde bulunduğu ancak bu etkileşimin daha çok kurumun çıkarlarına hizmet etmesini sağlamak amacıyla şekillendirildiği bir yaklaşımdır. İki yönlü simetrik model ise etik ve karşılıklı anlayışa dayalı bir iletişim süreci olarak kabul edilir ve bu

model, halkla ilişkiler uzmanlarının hedef kitleleriyle daha sağlam ve uzun vadeli ilişkiler kurmasını sağlar (Grunig, 2001).

Halkla ilişkiler uzmanları, kurumların halkla ilişkiler stratejilerini bu modellere göre şekillendirerek paydaşlarla iletişimde etkinlik sağlamayı amaçlar. Özellikle iki yönlü simetrik model, karşılıklı anlayış ve şeffaflık temelinde kurumların hedef kitleleriyle daha sağlıklı ve verimli iletişim kurmasına olanak tanır. Bu model, halkla ilişkilerin gücünü en iyi şekilde kullanarak hem kurumların hem de hedef kitlenin çıkarlarının dengelenmesini sağlar (Grunig ve Grunig, 1992).

Kriz yönetimi, halkla ilişkiler mesleğinin bir diğer önemli işlevidir. Kriz anlarında halkla ilişkiler uzmanları, stratejik iletişim süreçlerini yönetir ve kurumun itibarını korumak amacıyla etkin mesajlar geliştirir. Coombs'un (2007) Durumsal Kriz İletişimi Teorisi (SCCT), kriz yönetiminin önemli bir teorik çerçevesini oluşturur. SCCT, kriz türüne ve hedef kitle algısına bağlı olarak farklı iletişim stratejilerinin benimsenebileceğini açıklamaktadır. Bu teoriye göre, kriz durumunda alınacak stratejik kararlar, hedef kitlenin algısına göre şekillendirilmeli ve her duruma özel bir yaklaşım geliştirilmelidir. Kriz türlerine uygun mesaj stratejileri geliştirilmesi, kurumların krizlere karşı daha hazırlıklı olmasını sağlar ve bu da itibarın korunmasına katkı sunar.

Sonuç olarak, halkla ilişkiler mesleği, kurumların çevresiyle olan etkileşimlerini şekillendirerek stratejik iletişim süreçlerini yönetir. Grunig ve Hunt'ın modelleri, halkla ilişkilerin temel işlevlerini anlamada önemli bir kılavuz sunarken, kriz yönetimi ve stratejik iletişim süreçlerinin etkinliği, bu mesleğin başarılı bir şekilde uygulanmasında kritik rol oynamaktadır. Bu bağlamda, halkla ilişkiler uzmanlarının her iki alanda da bilgi ve becerilerini geliştirmeleri gerekmektedir.

### **Popüler Kültür ve Temsil Teorileri: Halkla İlişkiler Mesleğinin Medyada Temsili**

Popüler kültür, geniş bir izleyici kitlesine hitap eden, eğlence, medya ve tüketim ürünleri aracılığıyla yaygınlaşan kültürel bir formdur. Popüler kültür ürünleri, toplumsal değerlerin, normların ve ideolojilerin aktarıldığı araçlar olarak, toplumu şekillendiren ve yönlendiren önemli mekanizmalardır. Medya, popüler kültürün en güçlü temsilcisi olarak, toplumsal algı ve anlam yaratma süreçlerini etkileme kapasitesine sahiptir (Storey, 2018). Medyanın gücü, halkla ilişkiler mesleği gibi toplumsal ve profesyonel alanların da nasıl temsil edileceğini belirler. Halkla ilişkiler, genellikle medya aracılığıyla kamuoyunun gözünde şekillenir, bu da mesleğin toplumsal algısını etkileyen önemli bir faktördür.

Stuart Hall'un (1997) Temsil Teorisi, medya ve kültürel temsillerin anlam yaratma süreçlerindeki rolünü ele alır. Hall'a göre temsil, bir objeyi veya olayı doğrudan yansıtmadan ötesinde, onun hakkındaki anlamları inşa eder. Hall, temsili kültürel ve ideolojik bir süreç olarak tanımlar ve medya tarafından yaratılan imgelerin, toplumun değerleri, inançları ve güç ilişkileriyle şekillendiğini savunur. Bu bağlamda medya, yalnızca bir olayı veya mesleği sunmakla kalmaz, aynı zamanda ona dair algıları ve anlamları inşa eder. Halkla ilişkiler mesleği, özellikle televizyon dizileri, filmler ve haber medyasındaki temsiller aracılığıyla çoğunlukla manipülatif ve etik dışı bir biçimde sunulmaktadır. Bu tür temsiller, halkla ilişkiler uzmanlarının işlerini sadece kriz anlarında ve manipülatif stratejilerle sınırlıymış gibi gösterirken, mesleğin daha geniş kapsamlı ve etik yönlerini göz ardı etmektedir (Tench ve Yeomans, 2017).

Medyanın etkileri üzerine yapılan çalışmalar, medyanın bireylerin dünya görüşlerini şekillendirme gücünü ortaya koymuştur. McCombs ve Shaw'ın (1972) Gündem Belirleme Teorisi, medyanın toplumda hangi konuların önemli olarak algılanacağını belirleme gücüne sahip olduğunu vurgular. Bu teoriye göre, medya sadece hangi konuların gündeme gelmesi gerektiğini

değil, aynı zamanda bu konulara nasıl yaklaşılması gerektiğini de belirler. Medya, halkla ilişkiler mesleğini belirli bir şekilde sunduğunda, izleyicilerin bu mesleğe yönelik algısını da etkiler. Örneğin, dizilerde halkla ilişkiler uzmanları, genellikle manipülatif, çıkarıcı ve etik dışı karakterler olarak temsil edilmektedir. Bu tür temsiller, izleyicilerde halkla ilişkiler mesleğinin bu özelliklere sahip olduğu yönünde bir algı yaratabilir (Curtin ve Gaither, 2007). Halkla ilişkiler uzmanlarının bu tür negatif temsillerinin medya aracılığıyla yayılması, mesleğin toplumda kötü bir üne sahip olmasına neden olabilir.

Halkla ilişkiler mesleğinin medya tarafından şekillendirilen bu temsilleri, gerçekte mesleğin karmaşıklığını ve çok yönlülüğünü göz ardı eder. Halkla ilişkiler, sadece kriz anlarında etkin olan ve manipülatif stratejiler uygulayan bir meslek grubu değil, aynı zamanda stratejik iletişim, kamuoyu oluşturma ve toplumsal katkı sağlama amacı güden profesyonel bir alandır (Grunig, 2001). Ancak medya, bu çok boyutlu mesleği genellikle tek bir perspektiften, yani manipülasyon ve kriz yönetimi üzerinden ele almaktadır. Bu nedenle, halkla ilişkiler uzmanlarının etkileşimde bulunduğu her durumda etik ve stratejik sorumlulukları göz önünde bulundurularak daha dengeli bir temsilin yapılması önemlidir.

Popüler kültürün halkla ilişkiler mesleğine dair verdiği mesajlar, toplumsal algıyı şekillendirme gücüne sahipken, bu temsillerin toplumda yanlış anlamalar yaratma riski de bulunmaktadır. Bu yanlış anlamaların önüne geçebilmek için halkla ilişkiler uzmanlarının, medya yapımcılarıyla iş birliği yaparak mesleğin daha doğru ve etik bir şekilde temsil edilmesine katkı sağlaması gerekmektedir. Medyanın bu tür temsilleri, halkla ilişkiler mesleğinin kamuoyundaki imajını olumsuz yönde etkileyebilir, ancak aynı zamanda bu temsillerin dönüştürülmesi, mesleğin toplumsal algısının düzeltilmesine olanak sağlayabilir (Wilcox vd., 2015).

Sonuç olarak, popüler kültür ürünleri ve medya, halkla ilişkiler mesleğini etkileyen önemli araçlar olup, mesleğin temsilleri çoğunlukla gerçeği yansıtmayan biçimlerde sunulmaktadır. Bu temsillerin daha gerçekçi ve etik bir şekilde ele alınması, halkla ilişkiler mesleğinin toplumda daha doğru bir biçimde anlaşılmasını sağlayacaktır. Popüler kültür ve medya, halkla ilişkiler mesleğinin karmaşıklığını ve topluma sağladığı katkıları daha iyi anlatma fırsatı sunmaktadır.

### **Medya ve Halkla İlişkiler Mesleğinin Temsili**

Dizi ve filmler, halkla ilişkiler mesleğini çoğunlukla dramatik ve abartılı bir şekilde temsil eder. Örneğin, ABD yapımı televizyon dizisi *Scandal* (2012–2018), halkla ilişkiler mesleğini kriz yönetimi ve etik sınırların ihlali üzerinden ele almıştır. Dizide Olivia Pope karakteri, güçlü bir halkla ilişkiler uzmanı olarak sunulurken, aynı zamanda manipülatif ve agresif stratejilere başvurmasıyla dikkat çeker. Bu tür temsiller, halkla ilişkiler mesleğinin yalnızca kriz yönetimi boyutunu vurgular ve mesleğin etik değerlerini gölgede bırakır (Molleda ve Ferguson, 2004).

Türk televizyon dizilerinde de benzer temsiller görülmektedir. Örneğin, *Menajerimi Ara* dizisi, halkla ilişkiler mesleğini eğlence sektörünün bir parçası olarak sunarken, mesleğin etik boyutlarını göz ardı etmektedir (Coşkun ve Yalçın, 2020). Bu temsiller, halkla ilişkiler uzmanlarının toplumdaki rollerini ve sorumluluklarını doğru bir şekilde yansıtmak yerine, daha çok dramatik bir çerçevede ele alır.

Sonuç olarak halkla ilişkiler mesleği, medya ve popüler kültür ürünlerinde sıklıkla yanlış veya eksik bir şekilde temsil edilmektedir. Bu temsiller, mesleğin stratejik iletişim, itibar yönetimi ve etik değerlerini yeterince yansıtmamaktadır. Medyanın temsil gücünü anlamak, halkla ilişkiler uygulayıcıları ve akademisyenleri için önemlidir. Bu bağlamda, halkla ilişkiler mesleğinin daha doğru ve etik bir şekilde temsil edilmesi hem mesleki imajın güçlendirilmesine hem de toplumun bu mesleğe yönelik algısının geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

## **Dizi ve Filmler Üzerinden Halkla İlişkiler Mesleği**

Halkla ilişkiler mesleği, dizi ve filmlerde genellikle dramatik ve abartılı bir şekilde temsil edilir. Bu temsiller, mesleğin karmaşıklığını ve çok yönlülüğünü tam anlamıyla yansıtmak yerine, daha çok izleyiciyi çekmek amacıyla tasarlanmış basmakalıp anlatılar sunar. Bu bölümde, Scandal, Mad Men, The West Wing ve The Devil Wears Prada gibi yapımlarda halkla ilişkiler mesleğinin nasıl temsil edildiği incelenecek ve gerçeklik ile kurgunun sınırları değerlendirilecektir.

### **Scandal: Kriz Yönetiminin Abartılı Temsili**

Scandal dizisinde halkla ilişkiler mesleği, özellikle kriz yönetimi bağlamında abartılı bir şekilde temsil edilmiştir. Olivia Pope'un kriz anlarındaki müdahaleleri, genellikle yasa dışı, etik dışı ya da manipülatif yöntemlerle ilişkilendirilir. Pope'un her durumda itibar yönetimi yapmak adına hukuki ve etik sınırları zorlayan bir karaktere bürünmesi, halkla ilişkiler uzmanlarının meslek ahlakı ile ilgili yanlış bir algı oluşturabilir.

Gerçek dünyada halkla ilişkiler, özellikle kriz yönetimi aşamalarında, daha sistematik, etik kurallara dayalı ve şeffaflık ilkesini ön planda tutarak yürütülür. Kriz anlarında bile, bir halkla ilişkiler uzmanının kullanacağı stratejiler çoğunlukla medya yönetimi, iletişim stratejileri ve doğru bilgilendirme gibi meşru yöntemleri içerir (Grunig ve Hunt, 1984). Bu tür dramatik temsiller, halkla ilişkiler uygulamalarını sadece manipülasyon ve kontrol odaklı bir meslek olarak gösterir, ancak meslek gerçek hayatta çok daha stratejik ve multidisipliner bir yapıya sahiptir.

### **Mad Men: Reklam ve Halkla İlişkiler Arasındaki İnce Çizgi**

Mad Men dizisi, 1960'lar reklamcılığını ve halkla ilişkiler uygulamalarını anlatırken, mesleğin etik dışı ve manipülatif yönlerine dikkat çeker. Bu dönemde halkla ilişkiler genellikle ticari çıkarlar doğrultusunda şekillendirilmişti, özellikle sigara şirketlerinin halkla ilişkiler faaliyetlerinde olduğu gibi. Bununla birlikte, bu dönemin etik olmayan uygulamaları, günümüz halkla ilişkiler anlayışından önemli ölçüde farklıdır.

Gerçek dünyada halkla ilişkiler uygulamaları zaman içinde etik değerler ve toplumsal sorumlulukla daha uyumlu hale gelmiştir. 1960'lar gibi bir dönemin temsili, halkla ilişkiler uzmanlarının geçmişte nasıl manipülatif yöntemler kullanmış olabileceğine dair bilgi verirken, modern halkla ilişkiler uygulamalarındaki şeffaflık, toplumsal sorumluluk ve etik normları göz ardı edebilir. Bu bağlamda, halkla ilişkiler uygulamaları tarihsel gelişimini yansıtırken, modern uygulamaların önemini vurgulamak gerekir.

### **The West Wing: Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler**

The West Wing dizisi, halkla ilişkiler mesleğini genellikle kamu diplomasisi ve hükümet stratejileri bağlamında ele alır. Burada halkla ilişkiler profesyonelleri, hükümetin politikalarını savunmak ve kamuoyunu yönlendirmek için önemli bir araç olarak kullanılır. Meslek, etik sınırlar içinde stratejik iletişim olarak gösterilir. Karakterler, halkla ilişkiler kampanyalarını yürütürken, toplumu bilgilendirmeye ve kamuoyu oluşturmak için etik ilkeler doğrultusunda hareket eder.

Bu temsillerde halkla ilişkiler, toplumsal hizmet ve kamu yararı gözetilen bir stratejik araç olarak ele alınır. Gerçek dünyada da halkla ilişkiler bu tür etik sorumluluklarla hareket eder, ancak ticari

alanlardaki halkla ilişkiler faaliyetleri bu kadar politik ve idealist olmayabilir. Ayrıca, halkla ilişkiler uygulamalarının sadece siyasi bağlamla sınırlı olmadığı, ticari sektör ve toplumla olan ilişkilerde de benzer stratejilerin kullanıldığı unutulmamalıdır. Bu dizide, halkla ilişkiler mesleğinin kamu yönetimi ve devlet stratejileriyle sınırlı bir biçimde ele alınması, mesleğin çok daha geniş bir yelpazeye yayıldığını göz ardı etmektedir.

### **The Devil Wears Prada: Medya ve Halkla İlişkiler İlişkisi**

The Devil Wears Prada filmi, halkla ilişkiler mesleğini medya ilişkileri ve ünlülerin imaj yönetimi bağlamında ele alır. Miranda Priestly'nin karakteri, medyanın nasıl yönlendirilebileceği ve toplumdaki algının nasıl şekillendirileceği konusunda büyük bir güç ve etkiye sahiptir. Bu temsilde halkla ilişkiler, medya aracılığıyla toplumsal algıyı yönlendirmekle özdeşleştirilir.

Gerçek dünyada halkla ilişkiler mesleği, medya ilişkilerinin ötesinde toplumsal sorumluluk, stratejik iletişim, kriz yönetimi gibi geniş bir alanı kapsar. The Devil Wears Prada filmindeki temsilde, halkla ilişkiler yalnızca bir medya yönetimi ve imaj şekillendirme aracı olarak gösterilmiştir, ancak bu mesleğin topluma olan katkıları, etik değerleri ve geniş kapsamı bu tür yapımlarda yeterince yansıtılmamaktadır.

Gerçeklik ve kurgunun sınırları mesleki algıların şekillendirilmesi açısından değerlendirildiğinde dizi ve filmlerde halkla ilişkiler mesleği genellikle dramatik ve abartılı bir şekilde sunulduğu görülmektedir. Bu temsiller, izleyicilerin mesleği daha manipülatif ve etik dışı bir biçimde algılamasına neden olabilir. Scandal, Mad Men, The West Wing ve The Devil Wears Prada gibi yapımlar, meslekle ilgili belirli izlenimler oluştursa da halkla ilişkiler profesyonellerinin gerçek dünyadaki rollerini tam olarak yansıtmazlar. Halkla ilişkiler, sadece kriz yönetimi, medya manipülasyonu veya stratejik kamuoyu oluşturma gibi yönlerle sınırlı bir meslek değildir.

Medyada yapılan bu tür temsiller, halkla ilişkiler mesleğine karşı yanlış bir algı oluşturabilir. Halkla ilişkiler uzmanlarının sadece kriz anlarında, manipülasyon veya güç kullanımıyla ön plana çıkması, mesleğin toplumsal katkılarını ve etik değerlerini gölgeleyebilir. Mesleğin daha doğru ve dengeli bir şekilde temsil edilmesi, halkla ilişkiler uzmanlarının toplumun iyiliğine yönelik yaptığı katkıları ve etik çalışmalarını daha iyi bir şekilde ortaya koyacaktır.

Dizi ve filmler, halkla ilişkiler mesleğinin temsili konusunda önemli bir araç sunmaktadır, ancak bu temsiller genellikle dramatize edilmiştir ve mesleğin gerçek doğasını yansıtmaz. Daha dengeli ve gerçekçi temsillerin, halkla ilişkiler mesleği hakkında daha doğru bir toplumsal algı yaratılması açısından önemli olacağı söylenebilir. Medya yapımcıları ve halkla ilişkiler profesyonelleri arasında iş birliği, mesleğin etik değerlerinin ve toplumsal katkılarının daha doğru bir şekilde yansıtılmasına yardımcı olabilir.

### **SONUÇ ve ÖNERİLER**

Halkla ilişkiler mesleğinin medya ve popüler kültür ürünleri aracılığıyla temsil edilişi, meslek algısını şekillendiren önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışma, özellikle dizi ve filmlerde halkla ilişkiler mesleğinin nasıl temsil edildiğini inceleyerek, bu temsillerin toplumsal algıya etkilerini değerlendirmiştir. Çalışmanın temel bulguları, popüler kültür ürünlerinin çoğu zaman mesleğin karmaşık yapısını göz ardı ederek, klişe ve abartılarla dolu bir perspektif sunduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, halkla ilişkiler mesleğinin hem özüne hem de kamuoyundaki algısına zarar verme potansiyeline sahiptir.

Nitekim, halkla ilişkiler mesleği, medyada genellikle manipülatif, etik sınırları zorlayan ve yüzeysel karakterler üzerinden temsil edilmektedir. Özellikle Scandal, Mad Men ve The Devil Wears Prada gibi ünlü yapımlar, mesleğin belirli boyutlarını abartılı bir şekilde öne çıkarmakta, ancak bunun yanında mesleğin stratejik iletişim, etik değerler ve kriz yönetimi gibi önemli boyutlarını gölgede bırakmaktadır. Bu yapımlar, halkla ilişkiler mesleğinin özüne dair sınırlı bir perspektif sunarak, izleyicilerin meslek hakkındaki algılarını olumsuz yönde etkileyebilir.

Örneğin, Scandal dizisinde Olivia Pope karakteri, kriz yönetimi alanında öne çıkan bir halkla ilişkiler uzmanı olarak tasvir edilmekte, ancak etik ihlaller ve manipülasyonlarla dolu stratejiler benimsemektedir. Benzer şekilde, The Devil Wears Prada filminde halkla ilişkiler mesleği, moda sektöründe çalışan bir karakterin yüzeysel ve rekabetçi bir dünyada var olma mücadelesi üzerinden temsil edilmektedir. Bu örnekler, halkla ilişkiler mesleğinin çok boyutlu yapısının tam anlamıyla yansıtılmadığını ortaya koymaktadır.

Zira, halkla ilişkiler mesleğinin popüler kültürdeki temsili, kamuoyunun mesleğe dair algısını derinden etkilemektedir. Medyada sıklıkla yüzeysel, manipülatif ve etik dışı davranışlarla tanımlanan halkla ilişkiler uzmanları, toplumda mesleğe yönelik şüphe ve olumsuz önyargıların oluşmasına neden olmaktadır. Bu durum, meslek mensuplarının çalışma ortamlarında karşılaştıkları zorlukları artırabilir ve mesleki itibarın zedelenmesine yol açabilir.

Ayrıca, bu temsiller, halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencilerin mesleklerine dair beklentilerini de şekillendirmektedir. Genç profesyoneller, medya ürünlerindeki dramatik ve gerçeklikten uzak temsillerin etkisiyle, mesleklerine dair yanlış veya eksik beklentiler içinde olabilirler. Bu nedenle, halkla ilişkiler mesleğinin medyada daha dengeli ve gerçekçi bir şekilde temsil edilmesi önem arz etmektedir.

Halkla ilişkiler mesleğinin daha doğru ve dengeli bir şekilde temsil edilmesi için bazı önemli adımlar atılabilir. Öncelikle, medya içeriklerinin halkla ilişkiler mesleğini daha bilinçli bir şekilde ele alması sağlanmalıdır. Bu amaçla, medya yapımcılarının halkla ilişkiler uzmanları ve akademisyenlerle iş birliği yapması faydalı olacaktır. Böylelikle, dizi ve filmlerde mesleğin gerçek boyutları ve katkıları daha doğru bir şekilde yansıtılabilir.

Aynı şekilde, halkla ilişkiler eğitimi veren kurumların da öğrencilerini medya temsilleri konusunda bilinçlendirmesi önemlidir. Öğrencilere, mesleklerini savunabilecek bilgi ve donanımı kazandırmak, mesleğin yanlış temsillerine karşı doğru bilgi aktarımı yapmalarını sağlayabilir. Bu tür bir bilinçlendirme, halkla ilişkiler profesyonellerinin toplumdaki algıyı olumlu yönde şekillendirme sorumluluğunu yerine getirmesine yardımcı olacaktır.

Son olarak, halkla ilişkiler mesleğinin etik boyutlarını ve toplumsal fayda sağlama potansiyelini ön plana çıkaran yapımların teşvik edilmesi gereklidir. Bu tür projeler, mesleğin sadece kriz yönetimi ve reklam faaliyetleriyle sınırlı olmadığını, aynı zamanda topluma önemli katkılar sağlayabileceğini gösterecektir. Böylece halkla ilişkiler mesleği, popüler kültürde daha olumlu ve gerçekçi bir şekilde temsil edilebilir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

## KAYNAKÇA

- Coşkun Değirmen, G., ve Yalçın, Ö. (2020). Halkla İlişkiler ve Etik: 2000 Yılı Sonrası Filmlerde Halkla İlişkiler Mesleği Temsilinin Etik Kodlar Bağlamında İncelenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15(2), 519–542.
- Coombs, W. T. (2007). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Curtin, P. A., and Gaither, T. K. (2007). *International Public Relations: Negotiating Culture, Identity, And Power*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Grunig, J. E., and Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, J. E. (2001). *Two-Way Symmetrical Public Relations: Past, Present, and Future*. In R. L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (pp. 11–30). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications and Open University.
- McCombs, M. E., and Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Molleda, J. C., and Ferguson, M. A. T. (2004). Public relations roles in Brazil: Hierarchy eclipses gender differences. *Journal of Public Relations Research*, 16(4), 327–351.
- Özsoy, A. (2004). Televizyon metinlerinde halkla ilişkiler mesleğinin temsili üzerine eleştirel bir bakış: 'Yağmur Zamanı' ve 'İhlamlar Altında' dizi-metinlerinde halkla ilişkiler mesleğinin temsili. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 45–62.
- Storey, J. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. (8th. Ed.). London: Routledge.
- Tench, R., and Yeomans, L. (2017). *Exploring Public Relations: Global Strategic Communication*. (4th. Ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Thelen, P. D. (2021). Trends in public relations research: A bibliometric analysis of 20 years of Public Relations Review publications. *Public Relations Review*, 47(2), 102–110.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H., and Shin, J. H. (2015). *Public Relations: Strategies and Tactics*. (11th. Ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Wang, Y., and Yang, Y. (2021). Social media and public relations research: A systematic review from 2006 to 2020. *Public Relations Review*, 47(1), 101–123.





## KAVRAMSAL MAKALE

### Kendine Yabancı: On Dokuzuncu Yüzyıldan Bugüne

Sevim KARABÖRK, Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul, e-posta: [sevimkarabork@stu.aydin.edu.tr](mailto:sevimkarabork@stu.aydin.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7779-8738>

#### Öz

Çalışmanın amacı, yabancılaşma konusunu üç ayrı tarihsel dönemde takip ederek, kronolojik olarak sunmaktır. On dokuzuncu yüzyılda gündeme gelmeye başlayan yabancılaşma olgusu, günümüz kültürüne dek takip edilmeye çalışılmıştır. On dokuzuncu yüzyıl için Karl Marx başta olmak üzere Durkheim ve Simmel'in görüşlerinden yararlanılmıştır. Yirminci yüzyıla geçiş ve hazırlık maksadıyla, Lukacs'ın şeyleşme görüşü aktarılmış ve Pappenheim'in yabancılaşma olgusuna değinilmiştir. Yirminci yüzyıl yabancılaşması için kültür endüstrisi ve tüketim toplumu konuları incelenmiştir. Burada Adorno, Horkheimer, Baudrillard, Fromm gibi düşünürlerin analizleri takip edilmiştir. Günümüz yabancılaşması içinse sosyal medya kullanımının yabancılaşma eksenindeki etkilerine değinilmiştir. Araştırmanın bulgusu; yabancılaşma tarih boyunca var olan bir olgu olsa da şiddetinin 19. yy. emek süreciyle birlikte artmış olduğu, günümüzde de çeşitlenerek varlığını koruduğu yönündedir. Yabancılaşma unsurları geride kalmadan, birbiriyle bütünleşerek varlığını sürdürmektedir. Araştırmanın önemi; insanın kendini keşfetmesi ve gerçekleştirmesi için yaşadığı kültürün ve benliğinin hangi konularda nasıl bir uygulamayla yabancılaşma yaşadığını bilmesi gerekliliğine dayanmaktadır. Çalışma karşılaştırmalı araştırma yöntemine göre eleştirel perspektifte gerçekleştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yabancılaşma, Tüketim Toplumu, Kültür Endüstrisi, Yalnızlaşma, Medya ve Gerçeklik.

**Makale Gönderme Tarihi:** 29.10.2024

**Makale Kabul Tarihi:** 05.03.2025

#### Önerilen Atf:

Karabörk, S. (2025). Kendine Yabancı: On Dokuzuncu Yüzyıldan Bugüne, *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(3): 217-230.



**Journal of Social, Humanities and  
Administrative Sciences**

2025, 8(3): 217-230. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1513](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1513)  
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: [www.sobibder.org](http://www.sobibder.org)



CONCEPTUAL PAPER

**Stranger to Oneself: From the Nineteenth Century to the Present**

Sevim KARABÖRK, MSc. Student, İstanbul Aydın University, Institute of Graduate Programs, İstanbul, e-mail: [sevimkarabork@stu.aydin.edu.tr](mailto:sevimkarabork@stu.aydin.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7779-8738>

**Abstract**

The study aims to present the topic of alienation chronologically across three historical periods. Beginning with its emergence in the 19th century, the phenomenon is traced up to modern culture. It utilizes the views of Karl Marx, Durkheim, and Simmel, and includes Lukács's concept of reification and Pappenheim's insights to transition into the 20th century. The work examines 20th-century alienation through the culture industry and consumer society, referencing analyses by Adorno, Horkheimer, Baudrillard, and Fromm. For contemporary alienation, it addresses the effects of social media use. The research finds that although alienation has always existed, its intensity increased with the 19th-century labor process and continues today in diverse forms, integrating rather than discarding elements. The study underscores the necessity for individuals to understand how their culture and self-experience alienation to achieve self-realization. It is conducted from a critical perspective using a comparative research method.

**Keywords:** Alienation, Consumer Society, Culture Industry, Isolation, Media and Reality.

**Received:** 29.10.2024

**Accepted:** 05.03.2025

**Suggested Citation:**

Karabörk, S. (2025). Stranger to Oneself: From the Nineteenth Century to the Present, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(3): 217-230.

## GİRİŞ

Yabancılaşma fikir dünyasında her zaman ilgi odağı olmuş bir sosyal bilim konusudur. Keza toplumsal yaşantıda, her dönemde kültüre eşlik etmiş olgulardan birisidir. Özellikle on dokuzuncu yüzyıldan itibaren, konuyla ilgili birçok çözümleme yapılmıştır. Yabancılaşmanın etimolojik kaynağına bakıldığında, Latince “Alinare” sözcüğünden gelmiş olduğu düşünülmektedir. Üç anlama sahiptir, lakin ikisi konumuzla temas halindedir; birincisi insanlardan, Tanrıdan ve yurttan kopmaktır; ikincisi de psikoloji çerçevesinde çılgınlık ve ruh hastalığı manalarına gelmektedir (Kırman ve Atak, 2020: 279). Buna aslında akıldan kopmak da denilebilir. Yabancılaşmada her zaman bir kopma, uzaklaşma hali mevcuttur. Kendinden, diğer insanlardan, doğadan ve hatta gerçeklikten kopmak. Hepsine çalışmada değinilmeye çalışılmıştır.

Yabancılaşmanın hayli eski bir durum olduğu bilinmektedir. İlk kez Plotinus’un felsefesinde kullanılmıştır, ruhun maddeye düşmesi ve alçalması manasına gelmektedir. Yabancılaşmanın ilk kullanım şekilleri çoğunlukla özne-nesne, bilinç-şeyler arasındaki ilişkinin bozulması şeklinde düşünülmüştür. Aydoğan’a göre felsefe tarihinde, Marx’tan önce yabancılaşmadan bahsetmiş diğer iki isim ise Fichte ve Hegel’dir (Aydoğan, 2015: 273). Kain, Hegel’in yabancılaşmayı kullanım biçimini şöyle açıklamaktadır; “...yabancılaşma ilk kez Mutsuz Bilinç bölümünün sonunda karşımıza çıkar. Burada bir Tanrı’ya karşı koyan bireysel bir bilinçle karşılaşırız. Sonraları bir Yasal Durum’da, bir imparatora karşı koyan insanlar söz konusudur. Her iki durumda da Hegel bize der ki, “Bireylerin karşı koyduğu gerçeklik aslında kendi yabancılaşmış yapılarıdır” (Kain, 2008:148).

Ne var ki konuyu toplumsal ve iktisadi noktadan değerlendiren ilk isim Karl Marx’tır. Marx’ın görüşünde insanın yaşadığı tüm çelişkiler iktisadi yaşamla alakalıdır. Emek-sermaye çatışması, bu sebeple yabancılaşmanın da asıl ve tek kaynağıdır. Emekçiler üretim sürecinde yabancılaşmanın en şiddetlisini yaşamaktadırlar. Durkheim ise “anomi” kavramıyla yabancılaşma konusuna dahil olmuştur. Ona göre insanlar giderek bireyci hale gelmekte ve toplumdaki kopmaktadırlar. Durkheim da sanayileşme ve ekonomi alanında yaşanan gelişmelerle anominin başladığını ifade etmektedir. O konuya uzmanlaşma ve bilimin parçalanması olgularını da eklemiştir. Bir diğer isim ise Georg Simmel’dir; ona göre paraya dayalı kültür geliştikçe, birey kendisinden uzaklaşmış ve yabancılaşması şiddetlenmiştir. Para ekonomisi yeni kültürel ve yaşamsal kodlar yaratarak, insanın ve toplumun nasıl yaşaması gerektiğini belirlemeye başlamıştır.

Yirminci yüzyıldaki köklü değişimlere geçmeden önce, bir köprü görevi görmesi amacıyla George Lukacs’ın “şeyleşme” kavramına eğilinilmiştir. Şeyleşme’nin Marx’ın yabancılaşması ile sıkı bağları olduğu gibi, Simmel’in para odaklı yaklaşımını da tabi olarak desteklemektedir. İnsan; emek-sermaye sürecinde nesnelere tahakkümü altında şeyleşmeye başlamıştır. Şeylerin özne insanın nesne olduğu, başka ifadeyle şeylerin etken insanın edilgen olduğu bu şeyleşme hali yabancılaşma için önemli uğraklardan biridir.

Yirminci yüzyılın ilerleyen yıllarında ise iki köklü kültürel değişim meydana gelmiştir; kültür endüstrisi aygıtlarının yaygınlaşması ve tüketici bir insan modeli yaratılması. İki olgu kol kola işlemiş ve yeni bir insan yaratımına hizmet etmiştir. Bu süreçte yabancılaşma artık salt emek ve iktisadi yaşamla sınırlı değildir. Özellikle radyo ve televizyonun yaygınlaşması, ona paralel olarak tüketim toplumunun inşa edilmesi, geçmişe nazaran yeni yaşam ve karakter biçimleri ortaya çıkmıştır. Konuyu açıklayabilmek adına, başta Theodor Adorno ve Max Horkheimer olmak üzere, birçok düşünürün fikirlerine başvurulmuştur. Ek olarak Pappenheim’in modern insanın yabancılaşması üzerine düşünceleri özetlenmiştir.

Günümüz yabancılaşması ise, bunlara ek olarak sosyal medya ile gerçekleşmektedir. Keza özünde kültürde yeni olan unsurlar, akıllı telefonun ve sosyal medyanın hayli gelişmesi, günlük yaşamın temel gerçekliklerine dönüşmüş olmasıdır. Buradaki yabancılaşmayı aktarmak için daha ziyade kendi sorgulamalarımız yapılmıştır.

### **On Dokuzuncu Yüzyılda Yabancılaşma: Emek ve Ekonomi**

Yabancılaşma denildiğinde akla gelen ilk düşünürlerden biri Karl Marx'tır. Marx on dokuzuncu yüzyıl modern gelişmeleri içerisinde yaşamış, özellikle emek-sermaye üzerinden sınıf ilişkilerine eğilmiştir. Marx'ın yabancılaşmasında öne çıkan durum, zora dayanan emeğin yarattığı etkiler üzerinedir. Çalışma eylemi insanın temel yaşamsal uğraşlarının başında geldiği için, emek alanında ortaya çıkan yabancılaşma hayli önemlidir. Öyle ki emek süreci insanı hem kendisine hem diğer insanlara yabancılaştırmış, nihayetinde doğadan uzaklaşmasına da sebep olmuştur (Ergil, 1978: 93).

İşçi sınıfının kendi emeği üzerinde herhangi bir kontrolü olmaması, Marx'a göre yabancılaşmanın temel kaynağıdır. Ekonomiyi ve emek konusunu yaşamın temeline koyan Marx, tüm yabancılaşma kaynaklarının da bu alanlardan meydana geldiğini öne sürmüştür. İşçi sınıfı patronlar ve burjuvazinin çıkarı için çalışmaktadır. Emeği sömürülen işçi sınıfı, bu süreçte hem kendi emek sürecine hem de ürettiği şeylere karşı yabancılaşmaktadır. Sermayenin çıkarı için kendi yaşamını ortaya koyması bir çelişki yaratmakta ve derin bir yabancılaşma olarak geri dönmektedir. Nihayetinde işçi kendisini ne kadar yoğun biçimde harcarsa, sermayeye ait olan nesnelere dünyası o kadar büyümektedir. Ollman'ın ifadesiyle: "Yabancılaşmış emek aracılığıyla doğayı dönüştürerek insan, kendisini, dönüştürdüğü her şeyden yoksun bırakır." (Ollman, 2008:232). Modern dönemde makineleşme, çalışanların yükünü ve sorumluluğunu hafifleten, boş zaman yaratacak bir gelişme olarak görülmüştür. Ancak Marx'a göre bu doğru değildir. Bir insan olarak makine konumuna indirgenen insan, makineler ile rekabet eder hale gelmiştir. İnsan böylesi emek-sermaye, yaşamını harcama ve rekabet etme halinde sadece emeğine ve ürüne değil; kendisine ve diğer insanlara da yabancılaşmaktadır (Marx ve Engels, 2000).

Behar 2007'deki çalışmasında, Marx'ın yabancılaşmasındaki üç evreyi aktarmıştır. İlki nesneleştirilmedir, işçinin üretim sürecine işaret etmektedir. İnsan emeği somutlaşmakta ancak insan ile ürün arasındaki bağ kopmaktadır. Ardından ürünün kontrolden çıkması evresi gelmektedir. Burada ürün kendisini üreten işçiden özerk hale gelmektedir. Başka deyişle, dışsallaşmış bir özü vardır. Üçüncü ve en önemli evre köleleştirmedir. İşçi ürettiği ürünler tarafından köleleşmektedir (Behar, 2007:17).

Emek süreci ve ürünü insandan dışsal bir konuma yerleşmiştir, bu da işçi ile emeğin arasında bir rekabet oluşturmuştur. Emek pratiği içerisinde içsel dünyası yoksullaşan işçi yabancılaşırken, nesnelere bağımsızlaşmakta ve işçinin kendisi edilgen hale gelmektedir. Emek başkasına, yani sermayedar sınıfa ait olduğunda, bu aynı zamanda işçinin ta kendisinin de sermayeye ait bir canlıya dönüştüğüne işaret etmektedir. Ollman'a göre bu süreç, insanın yarattığı bir nesnenin yine insan üzerinde dışsal bir güce ulaşmasıdır (Ollman, 2008:236). O artık kendi kendini yitiren, özüne ve doğaya yabancılaşmış bir insandır. Modern emek-sermaye sürecinde geniş halk yığınları, varlıklarını egemen sınıfa teslim etmiş ve özellikle ekonomik boyutta yabancılaşma yaşamışlardır. Marx'a göre iktisatçılar işçilerin gereksinimlerini salt fiziksel olarak görmekte ve onları mekanik varlıklara indirgemektedirler. Kapitalist çalışma koşulları da çalışanları aynı bu şekilde, üretim sürecini yerine getiren birer mekanik olarak görmüştür. Kısacası insani yetiler ve hayatın yerine, zenginlik hedefi ve para kazanma geçmiştir. İşçilerin de bunlara ulaşabilmek için emeklerini, beden güçlerini, kısacası kendilerini satması gerekmiştir (Marx ve Engels, 2000).

“İşçi ne kadar çok servet üretse, üretimin gücü ve kapsamı ne kadar artsa, kendisi de o kadar yoksullaşır. Ne kadar çok meta yaratırsa kendisi de bir meta olarak o kadar ucuzlar” (Marx, 2014:75).

Modern insan kendine yabancılaştıkça sermayeye yakınlaşmıştır. Emekçi sınıf üretim yapmaktadır. Üretimin gerçekleşmesi için sermayeye ihtiyaç vardır ancak emekçilere ait değildir. Son olarak emekçiler üretim süreçleri karşılığında belli bir maaşa bağlanmışlardır. Geçim kaynaklarına başkaları sahiptir. Üretilen şey ise pazar içerisinde değişim değeri kazanarak satılmaktadır. Başkalarının sahip olduğu bu ürünler, işçilerin kendi emeklerine yabancılaştığı ürünlerdir (Zehar, 1999:20-21).

Ollman, tüm bu kapitalist sürecin sonunda insandan geriye kalan şeyin bir et yığını olduğunu ifade etmektedir. Yani insanı insan yapacak tüm temel nitelikler kesilip bir kenara atılmıştır. Yabancılaşmış işçi birey çıplaktır ve soyutlanmış haldedir. İnsan; toplumsal bütünlükten ve doğadan soyutlanmış, sermayeye ve emek düzenine yerleştirilmiştir. İnsana özgü olan şeylerle kurulan bağ kopmuş ve insan yozlaşmıştır. Marx burada yabancılaşmanın dört ilişkisini sunmuştur; insanın kişisel üretici faaliyetiyle, yarattığı ürünle, öteki insanlarla ve son olarak ait olduğu türle. Bu dört yabancılaşma, insan için bütünsel bir soyutlanma yaratmıştır. Kapitalist çalışma süreci Marx’a göre, insanın bedenini çürütmekte, aklının iflas etmesine sebep olmakta, onun sürekli rahatsız ve mutsuz olmasına yol açmaktadır. Bu çalışma düzeni ve yabancılaşma, insandaki tüm potansiyelleri sömürmektedir (Ollman, 2008:217).

Emile Durkheim ve George Simmel gibi düşünürler de yabancılaşma çerçevesine giren çözümler yapmışlardır. Durkheim doğrudan yabancılaşma sözcüğünü pek kullanmasa da, 19.yy’da geliştirdiği “anomi” kavramı konuya dahil edilebilir durumdadır. Anomi içerisinde birey toplumsal bütünleşmeden kopmaktadır. İnsan kendi doğasındaki sosyal bir varlık olma özelliğine yabancılaşarak, daha bireyci eğilimler geliştirmeye başlamıştır. Durkheim’a göre toplumda oluşan ilk anominin kaynağını, sanayileşmeyle birlikte ekonomi alanında yaşanan buhranlar ve iflaslarla oluşturmuştur. İkincisi ise emek-sermaye çelişkisinde yaşanmıştır, keza sanayide uzmanlaşma eğilimi arttıkça emekçi ile patron arasında yaşanan çelişki de şiddetlenmiştir. Üçüncü ve son anomi durumu da yine uzmanlaşmayla alakalıdır. Bilimde yaşanan aşırı düzeyde bölünme, uzmanlaşma ve parçalanma, bilimin bir bütün oluşturabilmesini engeller hale gelmiştir (Durkheim, 2006:456).

Sanayi devrimi gerçekleştikten sonra bireyler daha fazla kazanç, zenginlik ve yükselme hedeflerine yönelmişlerdir. Bu süreçte anomik bir durum meydana gelmiştir. Kurallara ihtiyaç olan bu süreçte, aksine liberal bir serbestlik oluşmuştur. Anomi de keza kurasızlıkla iç içedir. Ani geçişler yaşandığında arzular dizginlenemez olurken, ihtiyaçlar da karşılanamamaktadır. İstekler kontrol altına alınamaz duruma gelmiştir (Swingewood, 1998:145). Bu geçiş sürecinde toplumsal normlar birey üzerinde yaptırım uygulayabilme gücünü yitirmiştir. Oluşan karmaşa ve yeni toplumsal işleyiş içerisinde, bireylerin karakteristik yapısı ve patolojik durumu faydacılık üzerine kurulu olmaya başlamıştır. Nihayetinde faydacılık toplumsal norm haline gelmiş ve anomi oluşmuştur (Erkal, 1997:39). Değerler ve normalde yaşanan bozulma, insanın faydacılığa kapanması, ilişkileri ve davranışları idare etme biçiminin belirsizleşmesi vb. sebebiyle intihar, içe kapanma, anti-sosyallik gibi durumlar artmıştır. Bunlar da elbette 19. yy. yabancılaşmasına dahil edilebilecek durumlardır.

Ekmekçi, konuya dair şu yerinde açıklamaları yapmıştır: “Anominin olduğu toplumlarda düzensizlik ve karmaşa hâkim olur. Toplumu oluşturan ortak değerler geçerliliğini yitirir. Geçerliliğini yitiren bu değerlerin yerine yenileri konulamaz. Konulsa bile onların da bir geçerliliği olamamaktadır. Bu durumda bireyler yasadışı yollara başvurabilmektedir. Bu nedenle suç oranları hızla artar. İntihar olayları yaygınlaşır. Böyle bir toplumda birey kendisini işe

yaramaz, amaçsız ve duygusal boşluk içinde hissedebilir. Bu durumda birey için herhangi bir şey adına çaba harcamak anlamsızlaşır. Sonrasında bireyler kuralları çiğnemeye başlar. Bundan sonra tek düzenleyici ve belirleyici faktör kişilerin kendi çıkarları olur” (Ekmekçi, 2004:26).

Adını andığımız üzere, bu başlıkta konuya dair fikirlerine değinilmiş son isim Simmel’dir. Simmel’e göre modern birey bir kültür trajedisi yaşamaktadır. İçinde yer aldığı dış kültür karşısında bireyselliğini ve özgürlüğünü ilan edebilme olanakları oldukça kısıtlıdır. Sosyal rollerde yaşanan gelişmeler, bireyin öz kişiliğe karşı yabancılaşmasına sebep olmuştur. Paranın kullanımının toplumsal yaşama egemen olmasıyla birlikte, bireyin bütünlüğü tehdit altına girmiştir. Bu hususta kültürün de nesneleştiğini düşünmektedir. Öznel ile nesnel arasında çatışma başlamıştır. İş bölümü ile uzmanlaşmanın getirdikleri, nesnel kültürü tüketime doğru yönlendirmektedir, ki bu da yabancılaşmanın bir boyutudur (Simmel, 2019).

“Modern hayatın en derin sorunları, ezici toplumsal güçler, tarihsel miras, dışsal kültür ve hayat tekniği karşısında, bireyin, varoluşunun özerkliğini ve bireyselliğini koruma talebinden kaynaklanır.” (Simmel, 2019:93) diye yazan Simmel; gelişen metropollerin de yabancılaşmaya ve gerilime sebep olduğunu ifade etmiştir. Metropol tipi kişiliğe sahip bireylerin psikolojik temelleri, dış uyarıcıların yoğunlaşmasıyla oluşmaktadır. Kentte artık karmaşık ruhsal ilişkiler hakimdir. Metropoller para ekonomisinin merkezidirler ve insanın zihni bu ekonomiye bağlanmaktadır. İnsan ve insani ilişkiler nesnel olarak ölçülebilir hale gelmektedir. Artık ilişki kurulanlar satıcı, müşteri, hizmetçi ya da yine ekonomik temel ilişki kurmak zorunda kalanlardır. İlişkilerdeki duygusal boyut ortadan kalkmıştır (Simmel, 2019).

Simmel’e göre biçim, yaşam karşısında zafer kazanmıştır. Biçimsellik, gerçek yaşamı maskelemekte ve insanları yabancılaştırmaktadır. Ona göre biçime teslim olmak, insanın kendisi olmasını sürekli olarak tehdit etmekte ve zorlaştırmaktadır. Simmel bu yabancılaşma karşısında insanın mücadele vermesi gerektiğini de öne sürmüştür. Bir bakıma varoluşçu felsefeciler gibi, yabancılaşmayı aktarıp nihilizme çekilmemiştir.

Pappenheim, Modern İnsanın Yabancılaşması’nda şunları aktarır; “Simmel’in verdiği bütün örnekler, çağdaş insanın bireyselliğinin yok edilmesinden ve kendi öz benliğinden uzaklaşmayı dayatan koşullar altında yaşamaktan duyduğu korkuyu yansıtmaktadır. Bu kaygının, çağdaş insanın düşüncesinde en kesin güçlerden biri olduğu yönünde sayısız belirti vardır.” Ona göre Simmel bunları birer mücadele çağrısı olarak vurgulamaktadır (Pappenheim, 2002:14).

Kısacası para ekonomisi geliştikçe nesneleşmiş kültür genişlemiş, insan makinenin ve iktisadi kuralların parçasına dönüşmüştür. Böylece de insanın yabancılaşması daha derine inmiştir. Yabancılaşmış bu insanın ve para ekonomisinin merkezi metropollerdir. Birey kendisini tanıyamadığı gibi başkalarını da tanıyamamakta, özerkliğini yitirerek sıradanlaşmaktadır (Kırman ve Atak, 2020: 279).

19. yy’da yaşanan yabancılaşmayı ve konuya dair çözümlenmeleri paylaşmak için Marx, Durkheim ve Simmel’in görüşleri özetlenmiştir. Şimdi 20. yy’da Kültür Endüstrisi ile Tüketim Toplumu hususlarını beraber ele almadan önce, Lukacs’ın “şeyleşme” kavramına değinilmiştir.

## **On Dokuzuncu Yüzyıldan Yirminci Yüzyıla Geçiş: Şeyleşme ve Teknoloji**

Batı Marksizm’inin ünlü isimlerinden George Lukacs, yirminci yüzyılın ilk yarısında “şeyleşme” kavramını geliştirmiştir. Şeyleşme kavramı, Marx’ın yabancılaşma yaklaşımına dayanmaktadır. Lukacs’a göre şeyleşme, insanın kendi faaliyetinin ve emeğinin kendisinden bağımsız gibi görünmesine yol açmaktadır. Bunun işçi üzerindeki etkisi de kişilik bölünmesi yaratmasıdır. Toplumsal ilişki biçimlerinin nesnel veya şeyler arası ilişkiler durumuna gelmesi ise, işçi bir

metaya yani Şey'e dönüşmüştür. Bu da onun toplumsal yaşamda bir insan veya özne konumunda yer almasını engellemektedir. Kapitalist sistem içerisinde bilinci yanlış biçimlenen işçi, nesne konumundan kurtulamamakta ve her şeye karşı yabancılaşmaktadır. Şeyleşmenin etkisi, bireyin yanlış bilinç içerisinde yaşamını sürdürmesine sebep olmaktadır (Şentürk, 2016: 39).

Akkuş, Lukacs'ın şeyleşmesi hakkında şöyle yazmıştır; "Toplumun bütünlüğü insan varoluşu üzerinde sanki doğal bir güçmüş gibi tahakküm kuracak olan bir yığın birbirinden kopuk, uzmanlık isteyen, teknik işler şeklinde parçalanır. İnsani özne bu şeyleşmiş ürünlerde kendi yaratıcı pratiğini tanıma gücünden yoksun, âtıl, seyre dalmış bir varlığa indirgenir."<sup>1</sup> Lukács bu süreci sosyal süreçlerin parçalanması ve yapay şeyler yığına evrilmesi manasına gelen "şeyleşme" adını vermiştir. İşçinin sermaye ve ücret sistemi içerisinde konumu, kölelikten fazlası değildir. Ayrıyeten işçi, sermayedar sınıfıyla sözde özgür ve eşit bir anlaşma içinde olduğundan mevzubahis şeyleşme durumu, emek sömürsünün varlığını anlaşılabilir hale getirmektedir (Akkuş, 2011: 41).

Lukács'a göre şeyleşme olgusu, kapitalist toplum içerisinde insani ilişkiler ile yeteneklerin akılcı bir düzenin standartları olarak kişisel bilinçlerinde yeni baştan tanımlandığı "fantazmagorik bir bilinç durumu"dur. Berger ve Luckmann şöyle yazmıştır; "Şeyleşmiş bir dünya, tanımı gereği, insansızlaştırılmış bir dünyadır. Bu dünya, insan tarafından, yabancı bir olgu olarak, yani kendi üretici faaliyetinin opus proprium'u (özgün sonucu) olarak değil de üzerinde hiçbir denetime sahip olmadığı bir opus alienum (yabancı işi) olarak tecrübe edilir" (Berger ve Luckmann, 2018:130).

Bu dönemce bireycilik ne kadar öne çıkarılıyor olsa da, aslında yabancılaşma ve şeyleşme sebebiyle insanlar gerçek bireyselliklerinden kopmaktadırlar. Lukacs ünlü kitabı Tarih ve Sınıf Bilinci'nde şöyle yazmıştır; "burjuvazinin açılıp yayılması bir yandan bireye önceden hiç tanık olunmamış bir önem bahsediyor, ama öte yandan bu bireyselliği, onun ekonomik koşulları yardımıyla, yani meta üretimini yaratan şeyleşme nedeniyle her yönden yok ediyor. Örneklerle açıklanması bitmeyen, hatta sonsuza kadar sürdürmesi mümkün olan bütün bu ve benzeri çelişkiler kapitalizmin derinlerinde yatan çelişkilerin sadece birer yansımasıdır" (Lukacs, 1998:132).

Öte yandan şeyleşmenin bir diğer sebebi de teknolojinin gelişimiyle açıklanabilmektedir. Örneğin Martin Heidegger bu konuya eğilmiştir. Heidegger'e göre teknik doğayı üretim için bir stok olarak gördükçe yani doğayı nesne haline getirdikçe insanı da şeyleştirmiştir. Özünde çerçeveleme olan modern teknik gelişmeler, insanı sistemin ve teknolojinin buyrukları çerçevesinde şekillendirmektedir. İnsan varoluşu karşı yabancılaşmış durumdadır. "Heidegger'e göre bu teknik atmosfer, insanı kendi toprağı üzerinde yaşayan canlı olmaktan çıkarıp tekniğin koşullarına hapsedmiştir" (Ateş, 2022).

Nihayetinde emek pratiği ve meta dünyası içerisinde şeyleşen insan, yabancılaşmanın boyutlarından birini yaşamaktadır. Ancak yabancılaşma bunlardan ibaret değildir. Şimdi kültür ve tüketim alanlarına geçmeden önce, kısaca Pappenheim'a uğranılmıştır.

---

<sup>1</sup> Alıntı kaynak: <https://www.cafrande.org/insanin-seylesmesi-bilinci/>

## **Pappenheim ve Modern İnsanın Yabancılaşması**

Fritz Pappenheim, Karl Marx'ın ve Ferdinand Tönnies'nin fikirlerine dayanarak, 1959'da yabancılaşma ile ilgili bir kitap kaleme almıştır. Biz Karl Marx'tan bahsettiğimiz için, kitaptaki diğer yabancılaşma görüşlerine eğilinilmiştir.

Pappenheim'a göre modern insan, sadece kendisine fayda sağlayacak insanlarla ve konularla ilgilenmekte, onun dışındaki her şeyden uzaklaşmaktadır. Tüm ilişki biçimleri faydacılık üzerine kuruludur. İnsan yalnızca diğer insanlara yabancılaşmakla kalmamaktadır. İnsanın benliği parçalanmakta ve kendisinden uzaklaşmaktadır. "Kendimizi birer birey olarak ortaya koyabilmek için, gerçeğin sadece amaçlarımıza ulaşmamızı sağlayacak yönüyle ilişki kuruyor, geri kalanından ise uzak duruyoruz. Fakat bu uzaklık ileriye götürüldüğü ölçüde kendi içindeki parçalanmışlık da derinleşir" (Pappenheim, 2002:3).

Pappenheim, yaşadığı çağda teknolojiye duyulan büyük inancı, insan soyunun birkaç yüzyıldır köklerinden koparılmış ve doğaüstü sığınaklarını yitirmiş olmasına bağlamaktadır. Teknolojinin insanı mekanik hale getirmesine, kişilikten yoksun bırakmasına, yaşamın sıradan ve heyecansız bir duruma dönüşmesine, insanın da diğer her şey gibi hesaplanabilir bir meta veya veri haline gelmesine, insanın diğer insanlarla ve doğayla kurduğu bağın kopmasına ve duyarsızlaşmasına sebep olduğuna dair eleştirileri paylaşmaktadır. Ne var ki yabancılaşmanın temel unsuru olarak teknolojiyi almamaktadır. Ona göre teknoloji farklı amaçlarla da kullanılabilir çünkü. Bir yabancılaşma kaynağı olarak siyasete eğildiğinde; insanların problemlerinin kamusalıktan gitgide uzaklaştığını, bireysel mevzular haline geldiğini ifade etmektedir. İnsan bireysel varlığı ile yurttaş varlığı arasında bölünmekte, onları bir araya getirememekte ve siyasal topluluktan giderek kopmaktadır (Ateş, 2022).

Burada Pappenheim'ın ışığında Ferdinand Tönnies'den kısaca bahsedilmiştir. Tönnies 1887'de Cemaat ve Cemiyet ayrımı yapmıştır. Almanca karşılıkları Gemeinschaft ve Gessellschaft'tır. Gemeinschaft modern insanın gidişatını temsil etmektedir. Burada yalnızca kişisel faydaya dayalı, ekonomi temelli bir ortaklık söz konusudur. Planlıdır ve tasarlanmıştır. İnsan giderek doğal birlikteliklerden kopmaktadır. Keza Gemeinschaft'ta birliktelik söz konusu değildir, bireyler parçalanmış haldedir ve ilişkileri gerilimle sarmalanmıştır (Pappenheim, 2002:57).

Kısacası Tönnies'nin çıkara dayalı, birbirinden kopuk bireylerden oluşan Cemaat'yle meydana gelen yabancılaşma; yirminci yüzyılda teknoloji ve siyaset eliyle güçlenmiştir. Ancak konu elbette bunlardan ibaret değildir. Şimdi konuyu kültür ve tüketim alanlarına kaydırmak üzere, Adorno, Horkheimer, Baudrillard, Fromm gibi isimlere eğilinilmiştir ve yirminci yüzyıldaki analizleri genişletilmiştir.

## **Yirminci Yüzyılda Yabancılaşma: Kültür Endüstrisi ve Tüketim Toplumu**

Ekonomik yaşamda ve iş bölümünde meydana gelen değişimlerin, insanın yabancılaşması üzerindeki etkisine değinilmiştir. Ancak yabancılaşma sadece emek-sermaye arasında gerçekleşen bir durum değildir. Bu başlıkta daha ziyade sistemin kültür üzerinde yarattığı dönüşümler irdelenmiştir. 20. yy'ın en köklü kültürel değişimleri arasında kültür endüstrisi ve tüketim toplumu inşası sayılabilir. Keza bunlar yeni bir insan ve toplum meydana getirmeye çalışmışlardır. Bu yeni kültürün insanının yabancılaşması da daha derin ve karmaşık boyutlara ulaşmıştır.

Değişimin meydana gelmesinde sistemin kullandığı yöntem rızanın üretimi, rıza mühendisliğidir. Antonio Gramsci hegemonya kavramını geliştirirken, kapitalist toplumlarda hegemonyanın baskı yoluyla değil rıza üretim araçlarıyla meydana geldiğinden söz etmiştir.



Yani sistemin ilkeleri ve ideolojisi kurumlar, eğitim ve medya aygıtlarıyla kitlelere empoze edilmektedir (Ergüden, 2015:23). Kitleler de kendi rızalarıyla sisteme katılım göstermekteydiler. Kültür endüstrisi bunun için çalışan bir araç, tüketim toplumu ise amaçlardan biriydi.

Kültür endüstrisi teorisini Theodor Adorno ve Max Horkheimer ortaya atmıştır. Onlara göre seri meta üretimi ile kültür üretimi arasında fark yoktur. Kültür endüstrisi araçları olan radyo, sinema, dergiler ve daha sonra eklenen televizyon, seri biçimde kişilikler ve kültürel modeller üretmektedirler. Burada toplumsal yaşamın doğal gidişatından ortaya çıkan bir kültür yoktur, artık kültür sistem tarafından medya ve kültür aygıtlarınca üretilmektedir. İnsan bu süreçte özne değil, kültür endüstrisinin nesnesidir (Adorno, 2011:110). Halihazırda emek ve ekonomik yaşam içerisinde yabancılaşmış olan birey, kültür endüstrisi karşısında bambaşka bir insana dönüşmeye başlamıştır. Ekrandaki insanlara öykünme yoluyla kendi varlığını sürdürmekte, öne çıkarılan ürünlere yönelerek mutluluk ve statü kazanmaya başlamaktadır. Horkheimer'a göre insanlar, gelişen pop kültür ve medya aygıtlarının etkisiyle bireyselliklerini yitirmektedirler. İnsanlar tek tipleşmekte, özgürlüğü ve özerk olmayı sistemin aygıtlarında aramaktadırlar (Horkheimer, 2011:146).

Adorno tek tipleşmeyle ilgili şöyle yazmıştır; "Kültür endüstrisi, insanı bir tür varlığı olarak gerçekleştirir. Herkes bir başkasının yerine geçebileceği yönleriyle var olabilir; herkes bir yedektir ya da yalnızca türün bir örneği. Herkes, birey olarak, yeri kesinlikle doldurulabilir, salt bir hiçliktir ve bunu zamanla o benzerliği kaybettiğinde iyice hissetmeye başlar" (Adorno, 2011:80).

Kültür endüstrisi araçlarının ana amacı standartlaşma yaratmaktır, başka deyişle kültürü ve insanı homojenleştirmeye zorlamaktadır. Bu süreçte toplumdan ziyade kitle sözcüğü kullanılmaktadır; kitle sistemin aruzları adına en düşük ortak paydada buluşturulmaya çabalanmakta ve herkes birer veri biçiminde görülmektedir. İnsanların sermaye adına veri ve kaynak gibi görüldüğü süreçte, kültür ile reklam iç içe geçmiş durumdadır. Adorno ve Horkheimer bu yüzden kültür endüstrisi kavramını kullanmaktadırlar (Erdoğan ve Alemdar, 1990). Burada standartlaşma, bir bakıma yabancılaşmanın genel geçer bir hale gelmesidir. İnsanlar kültür endüstrisinin moda ve modellerini, söylemlerini ve yaşantılarını takip ettikçe, kendilerine ve diğer insanlara yabancılaştıklarını dahi fark edemez olmuşlardır.

Kültür endüstrisinin diğer bir yabancılaşma etkisi gerçekliğe karşıdır. İnsanlar bir süre sonra medya aygıtlarında ve özellikle televizyon ekranında sunulan her şeyi, gerçekliğin yerine koyar hale gelmişlerdir. Ekranda sunulan gerçeklikler, ekranın sınırlarını aşmakta ve bireyin algısına yerleşmektedir. Bilimsel bir içerikten habere, magazin programından bir aile dizisine kadar, artık her şeyin değeri ekranda eşitlenmiştir ve gerçekliği onlar belirlemektedir. Jean Baudrillard buna simülasyon demektedir. İnsanlar simülasyonda sunulmayan hiçbir şeyle ilgilenemez olmuşlar, kendi gerçekliklerini de simülakrlara göre belirlemeye başlamışlardır (Baudrillard, 2022: 13). Bu yabancılaşmanın en derin boyutlarından biridir, yani gerçekliğe karşı yabancılaşmadır.

Kültür endüstrisine paralel durum ise tüketim toplumu inşasıdır. Seri üretim metaların elinde kalmasını istemeyen şirketler, tüketici bir toplum modeline ihtiyaç duymuşlardır. Bunun için kültür endüstrisinin aygıtları ve psikanaliz, şirketlerin yardımına koşmuştur. 1930'lu yıllara dek götürülebilecek bu inşa, özellikle 1950'lerden sonra şiddetlenmiştir. Alan Durning, tüketim inşası esnasında "iyi bir vatandaş olmak, tüketici olmaktan geçmektedir" gibi söylemlerin kullanıldığını ifade etmiştir (Durning, 1992:15). İlk halkla ilişkiler bürosunu kuran ve psikanaliz yoluyla kitleleri kontrol edip tüketim toplumu inşa etmeyi düşünen Edward Bernays'tır. Bernays ve diğerlerinin iddiası, bilinçdışında asla doyurulamayacak arzuları tüketim ürünleriyle eşitlemektir (Curtis, 2002).

Tüketim toplumunda ilk yabancılaşılacak olgu belki de ihtiyaçtır. İhtiyaç sözcüğünün anlamı tamamen değişmiş, eski anlamı ise ortadan kalkmıştır. Eskiden ürünlerin kullanım değerleri, dayanıklılıkları ve işe yararlılıkları önemliydi. Tüketim toplumunda bunun önüne geçilmek istenmiştir. Artık önemli olan kullanım değeri değil, metanın göstergeleri, imajları, yan anlamları, yani değişim değeridir. Bauman'a ve Baudrillard'a göre ürünlerle ilişkiye girilen tek nitelik gösterge değerleridir. Bu göstergeler bireylerin günlük hayatını kuşatmakta ve davranışlarını yönlendirmektedir. Tüketici kültür iklimine dahil olan birey, zihniyet olarak tamamen değişmiş ve yabancılaşmıştır (Bauman, 1997:85). Modayı takip etme yolunu seçen insan, toplumda yer kazandığı izlenimine kapılmaktadır. Metalara yüklenmiş olan yan anlamlar, sosyal bir iletişim yaratmaktadır. İnsani ilişkilerden ziyade, metalar ilişkiye girmektedir. Nesnelerin dilleri vardır, yepyeni kültürel değerler ve yaşam tarzları getirmişlerdir. Baudrillard'a göre bu dönemde bireyler klonlaşmıştır, yani herkes farklı olduğunu düşünmekte ancak hepsi birbirinin kopyasına dönüşmektedir. Bir çeşit klonlanmadır, aynı olanın yenilenmesi üzerine kuruludur (Baudrillard, 2016:120).

Nitekim bireyler neye ihtiyaç duyduklarını bilmemekte, kültür endüstrisinde karşısına çıkan her şeyi ihtiyaca çevirmektedir. Sistemin yapmak istediği şey de bireylere yapay ihtiyaçlar üretmektir zaten. Kısacası insanlar kişisel ihtiyaçlarına bile yabancılaşmışlardır. Çünkü tüketim toplumu ile birlikte bireyler kendilerini metalarla tanımlamaya başlamışlardır. Metalar statünün, mutluluğun ve kişisel kimliğin kaynakları haline gelmiştir. Kültür endüstrisini takip ederek kendi benliğine yabancılaşan birey, tüketimle birlikte de toplumsallığa yabancılaşmaktadır. Artık nesnelere ve statüler dünyasına girmiştir. Arzu makinelerine dönüşen insanlar, asla tatmin olamamaktadırlar. Keza tüketim toplumunun merkezinde yatan psikolojik itki de budur; bireyleri mutlu olacaklarına ikna etmek, ancak sürekli ve yeni olanları tüketmezse mutluluğu sona ereceğini hissettirmektir. Erich Fromm bireylerin asla mutluluğa ulaşamayacaklarından ve hep doyumsuz kalacaklarından, toplumda "olmak" yerine "sahip olmak" temelinin işlediğinden söz etmiştir. Sahip olmaya odaklanan birey, ne kendisi olmaktadır ne de toplumun bir parçası. Bu da onun yabancılaşmasına sebep olmaktadır.

Fromm şöyle yazmıştır; "Sahip olmak tek hedef olunca, insan giderek daha açgözlü ve ihtiras sahibi olur. Çünkü ne kadar çok şeyi olursa, o kadar mutlu olacağını sanır. Böylelikle kişi, herkese karşı bir düşmanlık beslemeye başlar. Kandırmak istediği müşterileri, iflase sürüklemeye çalıştığı rakipleri ve sömürmeyi arzuladığı işçileri; hep onun daha az şeye sahip olmasına yol açtıkları için, bencil kişinin düşmanlarıdır. Bu tür düşünen bir insanın arzuları sonsuz olduğu için, hiçbir zaman rahat ve huzur bulamayacağı bellidir. Onun tüm yaşamı, kendinden çok şeye sahip olanları kıskanmak ve kendinden az varlığı olanlardan da korkmakla geçecektir" (Fromm, 2003:25).

Fromm, yabancılaşmanın modern toplumun her alanına hâkim olduğunu düşünmektedir. İnsan yabancılaşmış ve korkak bir hale gelmiştir. Fromm'a göre kapitalizm insanları yalnızlaştırmaktadır, kapitalizmin paralel bir etkisi de insanın insanlar arasında kurulan ilişkilere yabancılaşmaya başlamasıdır. Bireyin kendisi hakkındaki görüşü, diğer insanların kendisi hakkında ne düşündükleri, ona nasıl bir değer biçtikleri üzerinedir sadece. Hangi statü göstergelerine sahip olduğu da benliğini hissetmesinin aracına dönüşmüştür. İnsan kişisel değerini kendisini saptayamaz olmuştur. Birey kapitalist düzen içerisinde, kendi varlığının dışındaki güçlerin birer aracı durumundadır (Karagülle ve Çaycı, 2014: 1).

Kültür endüstrisi ve tüketim sürecinde, bireyin yabancılaşması tüketici kimliğiyle gerçekleşmiştir. Meta düzeyine çekilen insan, yabancılaşmanın yeni bir boyutunu yaşamaktadır. Buna bazı korkular da dahildir. Duman'a göre bu korkular kitle kültürüne ve tüketim toplumuna ayak uyduramama, eskide kalma yani tarihi geçme, toplumdan soyutlanma benzeridir. Keza tüketim toplumsal bir statü ve kabul göstergesi haline gelmiştir (Duman, 2018:66).

İnsan önce emek sürecinde kendi ürününe ve emeğe, paralel olarak kendisine yabancılaşmıştır. Ardından sosyal ve doğal çevresinden kopmuştur. Nihayetinde tüm gerçekliğini kültür endüstrisi ile tüketim aygıtlarının ürünlerine bağlayan birey, yabancılaşmanın zirvesini yaşamaktadır. Bu ürünler arasında seçim yapan birey, özgürlüğe de yabancılaşmıştır. Keza özgürlüğün tek anlamı, sistemin ürettikleri arasında seçim yapmaya dönüşmüştür. Tek tipleşen ve meta haline gelen insan, son derece bireyci bir kültür yaratmıştır. Belki de bunun bir adım ötesi, günümüz sosyal medya çağında gerçekleşmektedir.

### **Günümüzde Yabancılaşma: Sosyal Medya**

1990'lı yıllarda internet ve ev içi bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasıyla, yeni bir döneme girilmiştir. Ancak insanların yaşam şekillerinin kökten değişmesi, takriben 2010'lu yıllarda gerçekleşmiştir. Bu yıllara gelindiğinde hem sosyal medya platformlarının hem de akıllı telefonların çok geniş kitlelere ulaşması, kültürde yeni alışkanlar yaşanmasına sebep olmuştur. Bireyler artık medyayla ilişkiye girmek için sadece televizyonu kullanmamaktadırlar. Herkesin eline geçen akıllı telefonlar sosyal medyaya bağlanmakta, birey iletişim aygıtı olarak bunu kullanmaktadır. Doğal olarak çok geçmeden insan için yeni değişiklikler meydana gelmiştir.

Öncelikle sosyal medya, kültür endüstrisi ve tüketim toplumunun devamı olarak nitelenebilir durumdadır. Bir iletişim aygıtı veya alanı olmanın ötesinde anlamlar ve etkiler taşımaktadır. Guy Debord bu ikisine ek olarak, bir gösteri toplumu yaratıldığından, her şeyin ve herkesin gösteriye dönüştüğünden söz etmişti. "Gösteri bir imajlar toplamı değil, kişiler arasında var olan ve imajların dolayımından geçen bir toplumsal ilişkidir. (...) Gösteri öncelikle ideolojidir, çünkü kendi bütünlüğü içinde, bütün ideolojik sistemlerin özünü sergiler ve gösterir: yoksullaşma, köleleşme ve gerçek yaşamın yadsınması. Gösteri maddi olarak "insanlar arasındaki ayrılık ve uzaklaşmanın" ifadesidir. (Debord, 2021: 36).

Nihayetinde sosyal medya bir kültür endüstrisi aygıtı olarak tüketimin ve gösterinin zirve yaptığı bir alandır. İnsanlar hep birlikte aynı gündemlere, popüler kültür eserlerine, görüşlerine yönelmektedirler. Bu esnada moda haline gelen ürünler dolaşıma sokulmakta, hem kullanıcılar eliyle hem de platformun her yanında reklamları yapılmaktadır. Yani yine benzer ürünlere yönelim sağlanmaktadır. Öte yandan Debord'un on yıllar önce işaret ettiği üzere, her şey bir gösteri malzemesine dönüşmüştür. Birey hem kendi hayatını gösteriye sunmakta hem de gösteriye sunulan sayısız içeriği tüketmektedir. Tüm bunlar dijitalin yarattığı yabancılaşmalardır.

Halihazırda giderek bireyci hale gelen insanlar, sosyal medya ile birlikte iyice sosyallikten yabancılaşmaya başlamışlardır. Hayatın vazgeçilmez unsuru haline gelen akıllı telefonlarına gömülen insanlar, sosyalleşme mekanı olarak da bu internete bağlı ekranı seçmektedirler. Bu da hem bir araya gelme gereksinimini azaltmakta hem de insanın toplumsal bir canlı oluşuna yabancılaşmasına sebep olmaktadır (Karagülle ve Çaycı, 2014: 1).

Doğal iletişim yerini yazılı ve dijital iletişime bırakmaktadır. Bu da elbette gerçek bir iletişim değildir. Nihayetinde insan en büyük yetisi olan iletişimi de yabancılaşmaya başlamıştır. İletişimin zayıfladığı yerde, insani ilişkiler de zayıflamaktadır. Ekrandaki tüm içerikler gelip geçicidir, tıpkı tüketim toplumundaki metalar gibi. Bunların neticesinde insanlar arasındaki ilişkiler de gelip geçici hale gelmiştir. Bu kültürün içine doğan çocuklar da, doğal yollarla çocukluğunu yaşayamamaktadır. Çok erken yaşta, durumlarıyla alakası olmayan konular ve içeriklere maruz kalmaktadırlar. Kendisine yabancılaşan yeni nesil çocukların gelecekte kuracağı kültür, yabancılaşma konusuna ilgisiz kalacaktır. Çünkü bu durum, onların doğal halleridir.

İnsanlar ekranda gördükleri tüm içerikleri olduğu gibi gerçek olarak kabul etmektedirler. Etmediklerinde ise, yine kendi görüşlerine uygun ünlü hesapların bilgilerini onaylamaktadırlar. Sosyal medya içerisinde gündem olmayan, yeterince insan tarafından konuşulmayan hiçbir konu önemsenmemektedir. Sayısız ve kontrolsüz içerik akışına maruz kalan insan, artık doğru ve yanlış, değerli ve değersiz arasında ayırım yapamamaktadır. Bu da gerçekliğe karşı yabancılaşmadır.

Başka bir konu ise, gösteriyle de paralel olarak, insanın kendi bedenine karşı yabancılaşmaya başlamasıdır. Sosyal medyada kendisini sunan birey, herkesin beğeni alabileceği biçimlerde bunu yapmak istemektedir. Beğeni sayısı, kendi varlığını yücelten bir kaynağa dönüşmüştür. Hatta kimileri için bu tek kaynaktır. Bu hususta platformlarda fotoğraflar için filtreler kullanılmaktadır. Hemen her fotoğraf filtreden geçirilerek sunulmaktadır. Bu durum fiziksel bedene de yansımıştır. Keza insanların estetik ameliyat yaptırması ve kaslı bir beden için vücut geliştirmeleri, yaşadığımız dönemde hayli artmıştır. Baudrillard'a göre bu, doğrudan bedenin bir gösteri malzemesine dönüşmesidir. Kendi bedenine yabancılaşan insan, onu sosyal medyada ve moda dahilinde beğeni alabilecek biçimlere sokmak için uğraşmaktadır. İnsan için bedeni bir projeye dönüşmüş gibidir (Baudrillard, 2016: 149).

Velhasıl gündelik gerçekliğe dönüşen sosyal medya insanları iletişime, sosyalleşmeye, kalıcı ilişkilere, gerçekliğe ve kendi bedenine karşı yabancılaştırmaktadır. Televizyonun da varlığını korduğu düşünülürse, medya ve iletişim araçları eliyle oluşan yabancılaşmanın daha da güçlendiğini söylemek yerinde olacaktır. Giderek yalnızlaştırılan insan, sosyal medya ile birlikte daha da kendi içine çekilmiştir. Ekranda sürekli başka insanlarla beraber, iletişim kuruyormuş gibi hissetmesinin sebebi budur. Oysa ekrandaki iletişim insanlar arası iletişim değildir ve etkileşimler beraberlik anlamına gelmemektedir. İnsanın bu kadar yoğun biçimde televizyonda ve sosyal medyada zaman geçirmesi, her boş anında ekrana yönelmesinin sebebi, yabancılaşmanın yalnızlaştırıcı etkisinin sonucudur.

## SONUÇ

Yabancılaşma konusuna eğilmiş olmanın sebebi, insanların toplumdan ve benliklerinden, doğal yetilerinden ve özgürlüklerinden nasıl kopup uzaklaştığını aktarmaya çalışmaktır. Bunun için öncelikle on dokuzuncu yüzyılda, özellikle emek ve ekonomi alanında yaşanan yabancılaşma işlenmiştir. Yirminci yüzyıl için ise medya aygıtları, seri üretim, tüketicilik, statü merakı, ihtiyaç kavramı gibi hususları incelemek için, kültür endüstrisi ve tüketimin yarattığı yabancılaşma etkilerine değinilmiştir. Son olarak, günümüzde temel bir gerçeklik haline gelen sosyal medyanın etkisiyle yaşanan yabancılaşmalar sıralanmıştır.

Yabancılaşmanın insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenmektedir. Ancak gerçek manada hayata egemen olmaya başlaması sanayi devrimiyle ve on dokuzuncu yüzyıl itibarıyla yaşanmıştır. Önce emek ve ekonomi alanında yabancılaşma yaşayan birey, ardından kişiliğini ve kültürünü yitirmeye başlamıştır. Kişilik ve kültürdeki yabancılaşma da kültür endüstrisi ile tüketim toplumu inşasında gerçekleşmiştir. Günümüz sosyal medya sürecinde de, bireyler kendilerini ekran içindeki etkileşimler ve içeriklerle tanımlamaya başlamışlardır. Yabancılaşmada varılacak en önemli sonuç, aslında hiçbirinin sona erip geride kalmış olmamasıdır. Özellikle on dokuzuncu yüzyıldan bu yana meydana gelen yabancılaşma biçimleri, bugün de varlıklarını korumaktadırlar. Yani yabancılaşma genişleyerek ve çeşitlenerek varlığını sürdürmektedir.

Pappenheim yabancılaşma olgusunun tarih boyunca var olduğunu kabul etmiştir, ancak hiçbir zaman kendi çağındaki kadar, yani yirminci yüzyıldaki kadar sistemli ve güçlü olmadığını ifade etmiştir. Aynı vurguyu, kendi çağdaşları arasında yabancılaşmaya eğilen düşünürlerin hemen

hepsi yapmaktadır. Bu vurgular bugünün sosyal medya çağında da geçerlidir. Yabancılaşma var olmuş ve olmaya da devam edecektir, önemli olan husus onu bir yazgı gibi kabullenmektense, onunla savaşmak, onu değiştirebilmek veya ondan kurtulmak için yollar aramaktır.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

## KAYNAKÇA

Adorno, T. (2011). *Kültür Endüstrisi*. (E. Gen, N. Ülner, ve M. Tüzel, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Akkuş, U. (2011). George Lukacs ve İnsanın Şeyleşmesi. *Koridor Dergisi*, 5(21), 41-46.

Ateş, T. (2022). *Heidegger - Tekniğin Yolu Varlığın Sonu*. sentezfikir.wordpress: <https://sentezfikir.wordpress.com/2022/12/15/heidegger-teknigin-yolu-varligin-sonu/> adresinden alındı , (Erişim Tarihi: 18 Mart 2023).

Ateş, T. (2022). *Pappenheim'in Yabancılaşma'sı Üzerine*. SentezFikir: <https://sentezfikir.wordpress.com/2022/08/01/pappenheimin-yabancilasmasi-uzerine/>, (Erişim Tarihi: 5 Nisan 2023).

Aydoğan, E. (2015). Marx ve Öncülerinde Yabancılaşma Kavramı. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 54, 273-282.

Baudrillard, J. (2016). *Kötülüğün Şeffaflığı*. (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2016). *Tüketim Toplumu*. (F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2022). *Simülakr ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğubatı Yayınları.

Bauman, Z. (1997). *Özgürlük*. (V. Erenus, Çev.) İstanbul: Sarmal Yayınları.

Behar, R. (2007). Endüstri İşletmelerinde Çalışma Koşullarının İşgörenler Üzerindeki Yabancılaşma Etkisi ve Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Berger, P. ve Luckmann, T. (2018). *Gerçekliğin Sosyal İnşası*. (V. S. Öğütte, Çev.) Atıf Yayınları.

Curtis, A. (Yöneten). (2002). *Ben Devri* [Sinema Film].

Debord, G. (2021). *Gösteri Toplumu*. (A. Ekmekçi, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Duman, Z. (2018). *Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Durkheim, E. (2006). *Toplumsal İşbölümü*. (Ö. Ozankaya, Çev.) İstanbul: Cem Yayınevi.

Durning, A. (1992). *Ne Kadarı Yeterli*. (S. Çağlayan, Çev.) Ankara: Tübitak Yayınları.

Ekmekçi, A. (2004). 20-40 Yaşlar Arası Dini Hayatın İşleyişinde Anomi Problemi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.

Erdoğan, İ., ve Alemdar, K. (1990). *İletişim ve Toplum*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

- Ergil, D. (1978). Yabancılaşma Kuramına İlk Katkılar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 33(3), 93-98.
- Ergüden, M. (2015). *Hegemonya ve Politik Toplum*. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Erkal, M. (1997). *Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü*. İstanbul: Der Yayınları.
- Fromm, E. (2003). *Sahip Olmak ya da Olmak*. (A. Arıtan, Çev.) İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- Horkheimer, M. (2011). *Akıl Tutulması*. (O. Koçak, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kain, P. (2008). Hegel'in Görüngübilimi'nde Bireyin Özgürlüğü, Gücü ve Kültürel Yapılanması. *Monokl: Hegel Özel Sayısı*, 2(4), 148-159.
- Karagülle, A., ve Çaycı, B. (2014). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design*. 4(1), 1-9.
- Kırman, T., ve Atak, H. (2020). Yabancılaşma: Kavramsal ve Kuramsal Bir Değerlendirme. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 279-295.
- Lucaks, G. (1998). *Tarih ve Sınıf Bilinci*. (Y. Öner, Çev.) İstanbul: Belge Yayınları.
- Marx, K. (2014). *1844 El Yazmaları*. (M. Belge, Çev.) İstanbul: Birikim Yayınları.
- Marx, K. ve Engels, F. (2000). *Ekonomik ve Felsefi El Yazmaları*. İstanbul: Birikim Yayınları.
- Ollman, B. (2008). *Yabancılaşma*. (A. Kars, Çev.) İstanbul: Yordam Kitap.
- Pappenheim, F. (2002). *Modern İnsanın Yabancılaşması*. (S. Ak, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınları.
- Simmel, G. (2019). *Modern Kültürde Çatışma*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Swingewood, A. (1998). *Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi*. (O. Akınhay, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat.
- Şentürk, B. (2016). Marksist Kurama Bir Katkı: Lukacs'ın İdeoloji Kavramsallaştırması. *Kilikya Felsefe Dergisi*, 3(2), 39-51.
- Zehar, R. (1999). *Sömürgecilik ve Yabancılaşma*. İstanbul: İnsan Yayınları.