

ISSN: 2667-422X



SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

JOURNAL OF SOCIAL, HUMAN AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt	Volume	8
Sayı	Issue	5
Yıl	Year	2025

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2025, Cilt.8, Sayı.5

YAYIN KURULU

BAŞ EDITÖR

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
Turizm Fakültesi Gölbaşı Yerleşkesi, Ankara, Türkiye.
editor@sobibder.org
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

EDİTÖRLER KURULU

Atatürk İlke ve Cumhuriyet Tarihi: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa EĞİLMEZ, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu, Türkiye. megilmez@kastamonu.edu.tr

Coğrafya: Doç. Dr. Mehmet Fatih DÖKER, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye. fdoker@sakarya.edu.tr

Çalışma Ekonomisi: Doç. Dr. Seda TEKELİ, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye. sakyalcin@anadolu.edu.tr

Çocuk Gelişimi: Prof. Dr. Arzu YÜKSELEN, İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. ayukselen@medipol.edu.tr

Dilbilimi ve Edebiyat: Prof. Dr. İhsan KALENDER, Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye. kihsan@gazi.edu.tr

Ekonomi: Dr. Öğr. Üyesi Atilla AYDIN, İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. atilla.aydin@rumeli.edu.tr

Felsefe: Prof. Dr. Hatice Nur ERKİZAN, Muğla Sıktı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye. nerkizan@mu.edu.tr

İletişim Çalışmaları: Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. yusufyurdagul@hotmail.com

İşletme Yönetimi: Dr. Öğr. Üyesi Menekşe ÖZTOPRAK, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye. tarhan@baskent.edu.tr

Maliye: Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye. acelikka@ogu.edu.tr

Muhasebe: Prof. Dr. Seyhan ÇİL, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye. seyhan.cil@hbv.edu.tr

Pazarlama: Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington Üniversitesi, Washington, ABD. ctosun@gwu.edu

Psikoloji ve PDR: Prof. Dr. Sefa BULUT, İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. sefa.bulut@ihu.edu.tr

Psikoloji: Doç. Dr. Kemale SALMANOVA, Simqait State University, Simgait, Azerbaycan. salamovak11@gmail.com

Siyasi Tarih: Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞEN, Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye. onursen@mersin.edu.tr

Sosyoloji: Doç. Dr. Suna TEKEL, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye. suna.tekel@inonu.edu.tr

Turizm ve Otel İşletmeciliği: Doç. Dr. Sedat YÜKSEL, Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Maskat, Umman sedatyuksel@gmail.com

Temel İslam Bilimleri: Doç. Dr. Harun ÇAĞLAYAN, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale, Türkiye. caglayanharun@gmail.com

Uluslararası İlişkiler: Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. snaktiyok@atauni.edu.tr

Yakın Çağ Tarihi: Prof. Dr. Ahmet GÜNDÜZ, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye. agunduz@gantep.edu.tr

Yönetim Bilişim Sistemleri: Doç. Dr. Ersin KARAMAN, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. ersinkaraman@atauni.edu.tr

Yönetim ve Strateji: Prof. Dr. Harun DEMİRKAYA, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli, Türkiye. 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. Evren GÜÇER, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
Prof. Dr. Sevda BİRDİR, Mersin Üniversitesi.
Prof. Dr. Zafer ÖTER, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi.
Doç. Dr. Gülşen BAYAT, Iğdır Üniversitesi.
Doç. Dr. Ozan ÇATIR, Uşak Üniversitesi.
Doç. Dr. İbrahim Halil EFENDİOĞLU, Gaziantep Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Erdal ASKER, University of West Georgia.

Dr. Öğr. Üyesi Gizem ÇORMAN, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Murat BAYAR, Milli Savunma Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Reyhan BAHAR, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Yunus Can POLAT, Harran Üniversitesi.
Dr. Beyza TOKSOY, Okan Üniversitesi.
Dr. Mehmet Akif ÖZYURT, İstanbul Ticaret Üniversitesi.
Dr. Ömer HAKSEVER, İstanbul Teknik Üniversitesi.
Öğr. Gör. Dr. Turgay GÜLPINAR, Dokuz Eylül 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.5

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Araştırma Makalesi

Üniversite Öğrencilerinin Ekolojik Okuryazarlığa İlişkin Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi: Balıkesir Üniversitesi Örneği

(Determining University Students' Awareness Levels Regarding Ecological Literacy: Balıkesir University Example)

Melike GÜL, Bilge VİLLİ

ss.319-334.

Araştırma Makalesi

Şamanizm Yemek Ritüellerinin Günümüze Yansımaları

(Reflections of Shamanism Food Rituals to the Present)

Muhlise Ayça TAŞ, Turgut TÜRKOĞLU, İsa YAYLA, Hüseyin PAMUKÇU

ss.335-351.

Araştırma Makalesi

İhracat Pazarlamasında Kültürel Farklılıkların Yönetimi: Yerel ve Küresel Perspektifler

(Managing Cultural Differences in Export Marketing: Local and Global Perspectives)

Cihangir Fikri SAATÇİOĞLU

ss.352-370.

Kavramsal Makale

Brezilya'da 2003 Sonrası Popülizm

(Populism in Brazil After 2003)

Doğuş BEYAZTAŞ

ss.371-380.

Kavramsal Makale

Turist Rehberliği Mesleğinde Sessizliğin Dili: Türk İşaret Dilinin Önemi

(The Language of Silence in Tour Guiding: The Importance of Turkish Sign Language)

Semahat GÖKER ÖZYÜREK

ss.381-394.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Üniversite Öğrencilerinin Ekolojik Okuryazarlığa İlişkin Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi: Balıkesir Üniversitesi Örneği*

Prof. Dr. Melike GÜL, Balıkesir Üniversitesi, Sındırgı Meslek Yüksek Okulu, Balıkesir, e-posta: melikegul@balikesir.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9046-4161>

Doç. Dr. Bilge VİLLİ, Balıkesir Üniversitesi, Sındırgı Meslek Yüksek Okulu, Balıkesir, e-posta: bilgevilli@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1175-2043>

Öz

Çevre sorunlarının olumsuz etkisinin giderek arttığı bir dünyada sorunlara duyarlı olan toplumlar çözüm için çevre eğitimi çalışmalarına öncelik vermektedirler. Üniversite öğrencileri; kişisel ve toplumsal bazda bilgi ve davranış taşıyıcılığı görevini üstlenecek olan önemli bir kitleyi oluşturmaktadır. Bu araştırmanın amacı, Balıkesir Üniversitesi öğrencilerinin ekolojik okuryazarlığa ilişkin farkındalık düzeylerini belirlemektir. Araştırmada, 2023-2024 eğitim-öğretim yılında Balıkesir Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerden anket aracılığı ile veri toplanmıştır. Araştırma bulgularına göre Balıkesir Üniversitesi öğrencilerinin ekolojik okuryazarlık farkındalıklarının düşük düzeyde olduğu, erkek öğrencilerin ekolojik okuryazarlık farkındalık düzeylerinin kadın öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ekolojik okuryazarlığın duyuşsal boyutunun davranışsal boyut üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin ekolojik okuryazarlık farkındalığını artırmak için, müfredata çevreyle ilgili derslerin eklenmesi ve onların gönüllü çevre çalışmaları ile sivil toplum kuruluşlarına katılımının teşvik edilmesi önerilmektedir.

* Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi Araştırma Fonu tarafından desteklenmiştir. Proje Numarası:2024/100

Anahtar Kelimeler: Ekolojik Okuryazarlık, Üniversite Öğrencileri, Balıkesir Üniversitesi, Farkındalık, Sürdürülebilirlik.

Makale Gönderme Tarihi: 27.02.2025

Makale Kabul Tarihi: 03.05.2025

Önerilen Atf:

Gül, M. ve Villi, B. (2025). Üniversite Öğrencilerinin Ekolojik Okuryazarlığa İlişkin Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi: Balıkesir Üniversitesi Örneği, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(5): 319-334.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2025, 8(5): 319-334. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1539](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1539)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Determining University Students' Awareness Levels Regarding Ecological Literacy: Balıkesir University Example

Prof. Dr. Melike GÜL, Balıkesir University, Sındırgı Vocational School, Balıkesir, e-mail:

melikegul@balikesir.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9046-4161>

Associate Prof. Dr. Bilge VİLLİ, Balıkesir University, Sındırgı Vocational School, Balıkesir, e-mail:

vilgevilli@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1175-2043>

Abstract

In a world where the negative impact of environmental problems is increasing, societies that are sensitive to the problems prioritize environmental education efforts for solutions. University students constitute an important group of people who will undertake the role of carriers of knowledge and behavior on a personal and social basis. The aim of this research is to determine the awareness levels of Balıkesir University students regarding ecological literacy. In the research data were through a survey from students studying at Balıkesir University in the 2023-2024 academic year. According to the research findings, it was determined that Balıkesir University students' ecological literacy awareness was low, and male students' ecological literacy awareness levels were higher than female students. In addition, it was concluded that the affective dimension of ecological literacy was effective on the behavioral dimension. In order to increase students' ecological literacy awareness, it is recommended that environmental courses be added to the curriculum and their participation in voluntary environmental work and non-governmental organizations be encouraged.

Keywords: Ecological Literacy, University Students, Balıkesir University, Awareness, Sustainability.

Received: 27.02.2025

Accepted: 03.05.2025

Suggested Citation:

Gül, M. ve Villi, B. (2025). Determining University Students' Awareness Levels Regarding Ecological Literacy: Balıkesir University Example, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(5): 319-334.

GİRİŞ

Okuryazarlık becerisi, bilgi çağının ve öğrenmenin önemli bir getirisi olarak ortaya çıkmış ve bireylerin yaşam kalitelerini arttırarak toplumsal yaşama aktif katılımlarını sağlamada etkin araçlardan birisi haline gelmiştir (Gül, 2007: 20). Okuryazarlık becerisi temel alınarak türetilmiş olan bilgisayar okuryazarlığı, çevre okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, teknoloji okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı gibi pek çok kavram mevcuttur (Snaveley ve Cooper, 1997: 10). Doğal kaynaklara sahip çıkmak, çevreyi korumak ve gelecek nesillere de aktarabilmek üzere sürdürülebilirliği sağlamak dünyada pek çok toplumun yakından ilgilendiği, gerekli gördüğü konuların başında gelmektedir. Bu nedenle çevreyi koruma bakış açısından yola çıkarak çevre okuryazarlığı, tüketici okuryazarlığı, yurttaşlık okuryazarlığı gibi farklı okuryazarlık türleri geliştirilmiştir. Ekolojik okuryazarlık kavramı ise doğal hayatın insanlarla bütünleşmesinin daha bilinçli bir bakış açısıyla ele alınması gerektiğinin anlaşılması sonucu son yıllarda üzerinde durulan konulardan birisi haline gelmiştir. Çevre okuryazarlığı değerlere ve problem çözmeye odaklanırken, ekolojik okuryazarlık sistemlere ve ekolojik bilginin davranış ve tutumlara dönüştürülmesine odaklanmaktadır (McBeth vd., 2008: 7). Toplumda yaşayan bireylerin ekolojik okuryazar olma seviyeleri yükseldikçe çevre dostu davranışlar gösterebilmeleri ve çevresel sorunlarla daha bilinçli mücadele edebilmeleri, çevre konularına duyarlılık ve farkındalık geliştirerek geleceğe katkı sağlayabilmeleri mümkün olmaktadır (Bozkurt, 2023: 4).

Çevre ile ilgili değerlerin korunmasına ve doğal hayatın farkındalığına yönelik anlayışın geliştirilmesi eğitim veren kurumların birincil amacı olmalıdır (Kaplowitz ve Levine, 2005: 144). Lewivsohn vd., (2015: 158) ekolojik okuryazarlığın farkındalığı yüksek bireylerin çevresel konularda karar alma ve harekete geçme yeteneklerinin gelişmesi için eğitime öncelik verdiğini savunmaktadır. Ekolojik okuryazarlığa sahip bireyleri topluma kazandırmaya en fazla katkı sağlayacak kurumlar arasında eğitim hayatında önemli bir yer teşkil eden üniversiteler yer almaktadır. Üniversite öğrencileri, mezuniyetleri sonrasında toplum yaşamında aktif olarak rol alacak olan ve eğitimleri süresince kazandıkları bilgi, beceri, tutum ve değerleri kişisel yaşamlarına, çevrelerine ve profesyonel hayatlarına taşımaları mümkün olan önemli bir kitleyi oluşturmaktadır (Teksöz vd., 2010: 307). Bu yüzden üniversitelerin ekolojik okuryazarlığı, öğrenim gören öğrencinin bölümü ve alanı ne olursa olsun politikalarının ve gelişme hedeflerinin içerisine yerleştirmesi gerekmektedir. Böylelikle çevreye duyarlı, doğal hayatın farkında bireylerin topluma kazandırılması mümkün olabilecektir. Bu hedefin gerçekleştirilmesinin ilk adımını ise üniversite öğrencilerinin mevcut ekolojik okuryazarlık seviyelerinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin ekolojik okuryazarlık seviyelerinin ne düzeyde olduğunu belirleyerek ekolojik okuryazar olabilmeleri yönünde öneriler geliştirmektir. Böylelikle ekolojik okuryazarlık konusundaki farkındalığın, bu duyarlılığa sahip bireylerin sayısının arttırılması ve topluma katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İlk kez Risser tarafından Amerikan Ekoloji Derneği'nde 1986 yılında yaptığı konuşmada kullanılmış olan "ekolojik okuryazarlık" kavramı Türkiye'de 2011 yılında TEMA tarafından "Ekoloji Okuryazarlığı Öğretmenliği Eğitimi" ile hayata geçirilmiştir. Ekoloji bilim dalı, canlı ve cansız varlıkların birbirleri ve çevreleri ile ilişki ve etkileşimlerini incelemektedir (Koçoğlu vd., 2023: 3). "Ekoloji" ve "okuryazarlık" olmak üzere iki önemli kelimenin bir araya gelmesi ile oluşmuş olan ekolojik okuryazarlık (Ha vd., 2021: 2); doğal çevre ile ilgili tüm konularda farkındalık ile hareket edilmesine katkı sağlamaktadır (Aydın vd., 2016: 1162). Literatür incelendiğinde ekolojik okuryazarlık ile ilgili pek çok tanıma rastlanmaktadır. Erciş ve Türk (2016: 7) ekolojik okuryazarlığı; çevre sorunları hakkında bilgi sahibi olmanın ötesinde bu

sorunların ortaya çıkardığı tehlikeler karşısında endişelenerek çözüm üretmek için davranış geliştirmek şeklinde tanımlamıştır. Ekolojik okuryazarlık bir süreç olarak ele alınırsa; çevre sorunlarının farkına varılması ile başladığı, sorunlara ilişkin öğrenme ve endişe duyma ile devam ettiği ve farkına varılan sorunların çözümlenmesine yönelik davranış geliştirilmesi ile sona erdiği söylenebilir. Nitekim Ukenna vd., (2012: 198) çevre hakkında bilgi sahibi olan bireylerin bilinçlenmesi, çevresindeki kişilerin de bilinçlenmesine katkıda bulunması, çevre korumaya yönelik hareket etmesi, çözüm yöntemleri üretmesi, bütün bu adımları bir araya nasıl getirip uyguladığını, bu kapsamda ürün ve hizmetleri ne şekilde değerlendirdiğini oluşturan bir döngünün ekolojik okuryazarlık şeklinde tanımlanabileceğini belirtmektedir. Başka bir tanımlamaya göre ise ekolojik okuryazarlık; gündelik hayatta insan, toplum ve doğal sistemler arasında ortaya çıkan doğal iletişim ve etkileşim sürecinin ve bu sürecin nasıl daha sürdürülebilir bir halde yürütülebileceğinin bilinmesi ve başarılı bir şekilde davranışa dönüştürebilme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (Sur, 2022: 449).

Günümüzde dünyamız çevreyi olumsuz etkileyen pek çok krizle başa çıkmak zorunda kalmaktadır. Bu krizler yalnız çevresel problemlerle ilgili olmayıp, aynı zamanda bireylerin dünya ile ne şekilde etkileşim yaşadığından yola çıkarak ekolojik bakış açısı yetersizliğinden de kaynaklanan bir algılama krizi şeklinde ortaya çıkmakta ve bu yetersizliğin giderilebilmesi için eğitime ihtiyaç bulunmaktadır (Kutlu ve Beştepe, 2024: 144). Bu bağlamda ekolojik okuryazarlığın yararları; ekolojinin temel ilkelerini bilmeye, bunları günlük hayatta kullanabilme konusunda anlayış geliştirmeye, çevreyi ve ekolojik durumu tanıyarak bu alandaki sorunlara etkili çözümler üretebilmeye olanak sağlaması (Koçoğlu vd., 2023: 4), değişen doğal dengelerin ve ekosistemin öneminin bilinerek hareket edilmesi ve çevreye daha az zarar verilmesi, iklim değişikliğinin olumsuz etkilerinin azaltılmasında önemli bir rolünün olması (Dündar ve Kızık, 2022: 1959) şeklinde özetlenebilir. Ekolojik okur yazar olabilen bireyler, çevresel konular ve problemlere ilişkin daha bilgili hale gelmekte ve farkındalık düzeyleri yükselmektedir (Cheah ve Phau, 2009: 453).

Ekolojik okuryazarlığın doğal dünyayla uyumlu bir şekilde sürdürülebilir bir yaşam tarzı yaratmak, ekolojik problemlere etkili bir şekilde yanıt verebilmek için yeni becerilere sahip olmayı sağlamak gibi amaçları da bulunmaktadır (Curthoys ve Cuthbertson, 2002: 226). Dolayısıyla ekolojik okuryazarlığın temelinde “sürdürülebilirlik” kavramı önemli bir rol oynamaktadır. Morin (2003: 26) bir eğitim süreci olarak ifade ettiği sürdürülebilirliği, doğaya fayda sağlayan ve geri dönüşüm bilincine sahip bireylerin yetiştirilmesi için gerekli olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilirliğin eğitime yansımaları büyük önem kazanmış, ekoloji, ekolojik okuryazarlık ve çevre eğitimi içeren “sürdürülebilir gelişme odaklı eğitim”in ilköğretim, ortaokul, lise ve üniversitelerde müfredat kapsamında ele alınması gerekliliği doğmuştur.

Literatür incelendiğinde ekolojik okuryazarlık ile ilgili çeşitli çalışmalara rastlanmaktadır. Haktanır vd., (2023: 1084) yetişkinlerin ekolojik okuryazarlığı hakkında bilgi edinmeyi amaçladıkları araştırmalarında Türkiye’nin Ankara ve Balıkesir illerinde öğrenim gören öğretmen adayları üzerinde çalışmalarını gerçekleştirmişler ve geliştirdikleri “Ekolojik Okuryazarlık Ölçüm Aracı”nın öğretmen adaylarının ekolojik okuryazarlık konusundaki farkındalık ve bilgilerini ölçmede geçerli ve güvenilir olduğunu tespit etmişlerdir.

Okyay vd., (2022: 2851) nin çalışmasında ise Ekolojik Okuryazarlık Eğitimi’nin okul öncesi çocuklarının çevreye ilişkin farkındalık ve tutumlarına etkisi incelenmiş ve çocuklara yönelik yürütülen ekolojik okuryazarlık eğitimi çerçevesindeki etkinliklerin çocukların çevre hakkındaki farkındalık ve tutumlarını anlamlı bir şekilde arttırdığı belirlenmiştir.

Demir (2021: 120) öğrencilerin ekolojik okuryazarlıklarının geliştirilmesini amaçlayarak bir model önerisi ortaya çıkarmaya çalıştığı araştırmasını altıncı sınıf öğrencileri üzerinde gerçekleştirmiş ve öğrencilerin ekolojik okuryazarlık konusundaki başarı ile tutumlarının yanı sıra ekolojik okuryazarlık eğitim modeli hakkındaki öğrenci ve veli görüşlerini de tespit etmiştir. Sonuçta öğrencilerin de velilerin de ekolojik okuryazarlık eğitim modeli hakkındaki görüşlerinin birbirine benzer nitelikte ve olumlu olduğu belirlenmiştir.

Konoralp (2024: 61) Türkiye'deki orman okulu uygulamalarının sürdürülebilir eğitim ve ekolojik okuryazarlık üzerindeki etkisini incelemeyi amaçladığı araştırmasında, Türkiye'deki orman okulu uygulamalarının hem olumlu hem de olumsuz yönleri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çocukların fiziksel, ruhsal, zihinsel ve sosyal gelişimlerini desteklemede olumlu etkisi bulunan orman okullarının ekonomik ve yasal sorunlar, ulaşım güçlükleri ve veli önyargıları gibi olumsuz koşulları da bulunduğu belirlenmiştir.

Aydın vd., (2016: 1169) ilköğretim sosyal bilgiler dersi öğretmenlerinin ekolojik okuryazarlık konusundaki tutumlarını araştırmışlar ve Türkiye'deki çevre sorunları ile ekolojik bozulmanın birbiri ile ilişkili olduğunu tespit ederek, ekolojik okuryazarlık ile ilgili eğitimin öğretmenlerin çevreye yönelik bilgi, bilinç ve duyarlılığını attırdığı sonucuna ulaşmışlardır.

Curthoys ve Cuthbertson (2002: 224) çalışmalarında ekolojik okuryazarlığın geliştirilebilmesi için yorumlayıcı planlama yaklaşımını önermişler ve bu doğrultuda dört temel ilke belirlemişlerdir. Bu ilkeler; ekolojik bütünlüğün korunmasının açıkça belirtilmesi, uzman bilgisinin kapsayıcı ve bütünsel bir şekilde kavramsallaştırılması, somut olmayan bağlantıların yaratıcı ifadelerinin kolaylaştırılmaya çalışılması ve zaman ile esnekliğe ihtiyaç duyulması şeklinde belirlenmiştir.

Thomas ve Nicita (2002: 475) 1990'lı yılların başından itibaren üniversitelerin müfredatında öğrencilere çevre hakkında bilgi ve kazanıma yer verilmesinin tartışıldığını belirttiği çalışmada çevre konusunda verilecek eğitimin sürdürülebilir eğitim kapsamında olmasını gerektiğini, bu kapsamda uluslararası alanda ciddi bir şekilde müfredat değişikliğine giden üniversitelerin bulunduğunu belirterek Avustralya'daki üniversitelerin çevre konusundaki sürdürülebilirliklerini araştırmış ve bazı üniversitelerin bu eğitimi verebiliyorken çoğunun önünde sürdürülebilir çevre eğitimi ile ilgili belirgin engellerin bulunduğu sonucuna ulaşmıştır.

Kaplowitz ve Levine (2005: 143) ABD'de on büyük üniversitede öğrencilerin genel çevresel bilgilerini ölçmek amacıyla araştırma gerçekleştirmişler ve öğrencilerin çevre hakkındaki bilgi ve bilinçlerinin yetersiz olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Aynı çalışmanın sonuçlarına göre akademik düzey yükseldikçe ise çevre konusundaki bilgi seviyesi de artmaktadır.

Wright (2002: 105) çalışmada üniversitelerde çevresel sürdürülebilirlikle ilgili ulusal ve uluslararası politikaları incelemiş ve bu çerçevede gerekli tanımlama ve stratejileri oluşturarak bunların uygulamaya konulabilmesi için üniversite yöneticilerine büyük görevler düştüğünün altını çizmiştir.

Yukarıda özetlenen çalışmalardan da görülebileceği gibi; çevre, sürdürülebilirlik, ekoloji, çevre okuryazarlığı, ekolojik okuryazarlık gibi çevresel duyarlılığı ve sürdürülebilirliği konu alan çalışmalar genellikle okul öncesi, ilköğretim ve orta öğretim öğrencileri ve öğretmen adayları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Üniversite öğrencileri ve yönetimi ise daha ziyade uluslararası alanda araştırılmıştır. Bu kapsamda Türkiye'de de üniversite öğrencilerinin ekolojik okuryazarlık durumunun belirlenerek stratejiler oluşturulmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu adımın atılması gelecek kuşaklara yaşanabilir ve sürdürülebilir bir dünya bırakmanın başlangıcını oluşturmada oldukça önem arz etmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi öğrencilerinin ekolojik okuryazarlığa ilişkin farkındalık düzeylerini belirlemek ve ekolojik okuryazar olabilmek için gerekli koşulların neler olduğunu tespit etmek amacıyla yapılmaktadır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup veriler anket formları aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmanın evrenini 2023-2024 eğitim öğretim yılında Balıkesir Üniversitesi'nde öğrenim gören bireyler oluşturmaktadır. Anketler 1091 kişiye uygulanmıştır. Ancak cevapların okunmaması, özensiz ve eksik doldurulması nedeniyle 90 anket analize dahil edilmemiştir. Araştırmanın örneklemini analize dahil edilen 1001 katılımcı oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılmak için tasarlanan anketin ilk bölümünde ekolojik okuryazarlık ölçeği soruları yer almaktadır. Bu bölümdeki soruları, Koçoğlu vd., (2023) tarafından geliştirilen "Ekolojik Okuryazarlık Ölçeği" oluşturmaktadır. Ölçekte yer alan ifadeler, 5'li Likert ölçeğinde sorulmuştur. Likert Ölçeği;1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklindedir. Anketin ikinci bölümünde ise demografik özelliklere ilişkin sorular bulunmaktadır. Verilerin analizinde, SPSS ve LISREL paket programları kullanılmıştır.

Sosyal bilimlerde faaliyette bulunan bilim adamları (ekonomistler, eğitim araştırmacıları ve pazarlama araştırmacıları gibi) tarafından kullanılan, çok değişkenli istatistiksel tekniklerin birleşiminden meydana gelen analiz tekniklerinden birisi olan Yapısal Eşitlik Modeli (YEM), araştırmacılar tarafından geliştirilmiş teorik bir hipotezi, sayısal veriler yardımı ile test etmeyi amaçlamaktadır (Schumaker ve Lomax, 2004). Yapısal Eşitlik Modelleri (YEM), bir istatistik modelleme tekniği olup ölçülen ve ölçülemeyen değişkenler arasındaki sebep-sonuç ilişkisini ortaya koyar. Yapısal eşitlik modelleri çoklu regresyon, yol analizi, faktör analizi, zaman serisi analizi ve kovaryans analizi gibi birçok analiz tekniğine göre daha güçlü ve elde edilen sonuçların açıklayıcılığı bakımından bunlara alternatif olan yöntemleri içermektedir (Şehribanoğlu, 2005).

BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde, anket yolu ile toplanan verilerin analizleri sonucunda elde edilen bulgulara ve bu bulgulara dayalı olarak hazırlanan tablo, açıklama ve yorumlara yer verilmektedir. Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde %51,0'ı kadın ve %49,0'ı erkektir. Görüldüğü gibi, cinsiyet dağılımı neredeyse eşittir. Bu katılım oranı, kadınların ve erkeklerin eğitime eşit şekilde katıldığına da bir göstergesidir. Yaş dağılımı incelendiğinde, katılımcıların en büyük grubu %25,1 ile temsil edilen 20 yaşındadır. 19 ve 21 yaş grupları sırasıyla %17,1 ve %17,7'dir. 18 yaşındakiler %7,2'yi oluştururken, 23 ile 50 yaş arasındaki katılımcılar %18,5'i oluşturmaktadır. Katılımcıların önemli bir çoğunluğu bekar olup %96,8'i, yalnızca %3,2'si evlidir. 1. sınıf öğrencileri %47,1 ile en büyük grubu oluşturmaktadır. 2. sınıf öğrencileri %31,3'tür. 3. sınıf öğrencileri %7,8, 4. sınıf öğrencileri %12,1 ve lisansüstü öğrenciler %2,4'tür. Balıkesir Meslek Yüksekokulu %32,1 ile en yüksek katılım oranına sahiptir. Bunu %11,3 ile Sındırgı Meslek Yüksekokulu ve %10,5 ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi takip etmektedir. Spor Bilimleri, Fen Edebiyat Fakültesi ve Dursunbey Meslek Yüksekokulu gibi diğer bölümlerin daha küçük ama önemli katılım oranları vardır. Hukuk Fakültesi ve Sağlık Bilimleri Enstitüsü gibi bölümler sırasıyla %1,6 ve %1,4 ile en düşük temsil oranlarına sahiptir.

Katılımcıların genel ekolojik okuryazarlık ortalama puanları dikkate alındığında ortalama puanın 2.54, standart sapmasının 0.61 olduğu belirlenmiştir. Bu değerler dikkate alındığında katılımcıların ekolojik okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Katılımcıların Ekolojik Okuryazarlık Farkındalık Düzeyi ve Cinsiyetine İlişkin T-Testi

Faktörler	Gruplar	N	X	Ss.	t	Sd.	p
Ekolojik Okuryazarlık Düzeyi	Kadın	511	2.4233	.56868	6.765	976.122	.000
	Erkek	490	2.6816	.63597			

Tablo 1’de yer alan T-testi sonucuna göre katılımcıların ekolojik okuryazarlık farkındalık düzeyi ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ve anlamlılık düzeyi %95 güven düzeyinde ($p < 0,05$) olması nedeniyle H1 hipotezi kabul edilmiştir. Farklılığın detayları incelendiğinde erkeklerin ekolojik okuryazarlık farkındalık ortalamalarının kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Ekolojik Okuryazarlık ölçeği; BİL (Bilişsel Boyut), DUY (Duyuşsal Boyut), DAV (Davranışsal Boyut) alt boyutlarını içermektedir. Balıkesir Üniversitesi öğrencilerinin ekolojik okuryazarlık farkındalık düzeylerinin belirlenmesi için kurulan Yapısal eşitlik modellemesine ait sonuçlara Şekil 1-3 ve Tablo 2’de yer verilmektedir.

Çalışma kapsamında oluşturulan araştırma hipotezleri aşağıda yer almaktadır.

H1: Ekolojik Okuryazarlık farkındalık düzeyi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H2: Ekolojik okuryazarlığın bilişsel boyutu ekolojik okuryazarlığın davranışsal boyutunu etkilemektedir.

H3: Ekolojik okuryazarlığın duyuşsal boyutu ekolojik okuryazarlığın davranışsal boyutunu etkilemektedir.

Verilerin çözümlenmesinde her bir çevresel faktörün içerisinde yer alan değişkenlerin faktör bazındaki etkileri araştırılırken doğrulayıcı faktör analizinden yararlanılmış, buradan elde edilen sonuçlar doğrultusunda tüm faktörler dikkate alınarak yapısal eşitlik modellemesi gerçekleştirilmiştir. Çözümleme sırasında kurulan modeller kimi zaman istatistiksel olarak anlamlı çıkmamıştır. Bu sorunun ortadan kaldırılması için programın önerdiği üzere Ki-Kare değerinde en yüksek düşüşe sebep olarak modelin anlamlı hale gelmesini sağlayacak modifikasyonlar (hata kovaryansları eklenerek (şekillerde sol tarafta gösterilmektedir)) yapılarak Şekil 1-3’de görülen, istatistiksel açıdan anlamlı modeller elde edilmiştir. Son olarak Şekil 4’de görülen yapısal eşitlik modellemesi, elde edilen bu faktörlere göre gerçekleştirilmiştir.

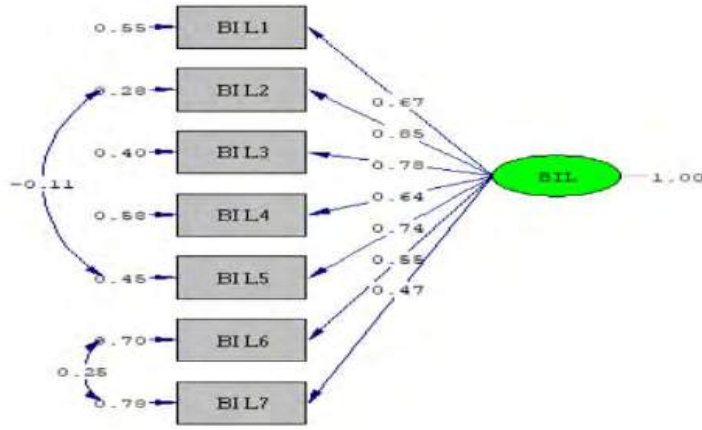
Kurulan modellerin istatistiksel açıdan anlamlılığının test edilmesinde daha önceki bölümde de bahsedildiği üzere birçok kriter söz konusudur. Bu kriterlerden birisi olan Ki-Kare değerinin serbestlik derecesine bölünmesiyle elde edilen değer kurulan tüm modeller için kritik değer olarak kabul edilen 3 değerinden küçüktür. Tablo 2 incelendiğinde tüm modellerin istatistiksel açıdan mükemmel uyum gösterdiği görülmektedir.

Tablo 2. Kurulan Modeller için Uyum Kriterlerine Ait Değerler

Uyum Kriterleri	Mükemmel uyum	Kabul edilebilir uyum	BİL	DUY	DAV	YEM
RMSEA	$0 < RMSEA < 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.10$	0.033	0.030	0.029	0.024
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 < NFI \leq 0.95$	0.99	0.99	0.98	0.98
NNFI	$0.97 \leq NNFI \leq 1$	$0.95 \leq NNFI \leq 0.97$	0.99	0.99	0.98	0.99
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1$	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$	0.99	1	0.99	0.99
SRMR	$0 \leq SRMR < 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$	0.018	0.020	0.023	0.024
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	1	0.99	0.99	0.99
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0.99	0.99	0.99	0.98

(RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation, NFI: Normed Fit Index, NNFI: Non-Normed Fit Index, CFI: Comparative Fit Index, SRMR: Standardized Root Mean Square Residual, GFI: Goodness of Fit Index, AGFI: Adjusted Goodness of Fit Index)

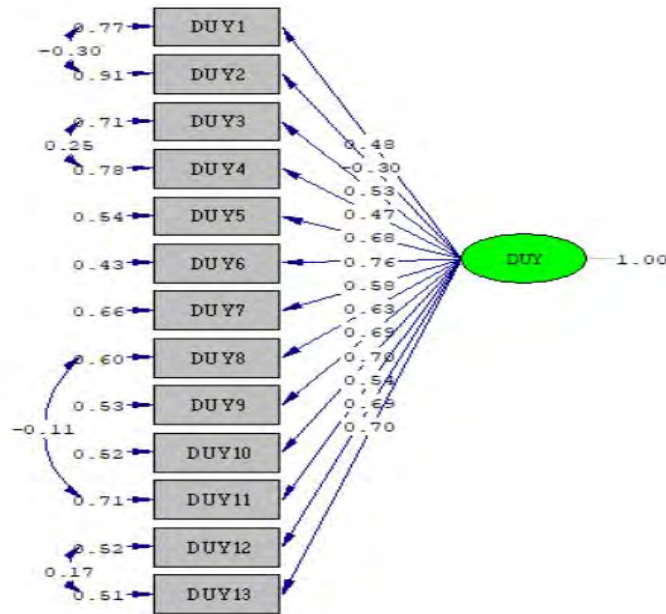
Kaynak: Schermelleh Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003; Hooper ve Mullen, 2008; Schumacker ve Lomax, 2016’dan derlenerek hazırlanmıştır.



Chi-Square=16.86, df=6, P-value=0.00982, RMSEA=0.033

Şekil 1. Ekolojik Okuryazarlığın Bilişsel Boyutuna İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu

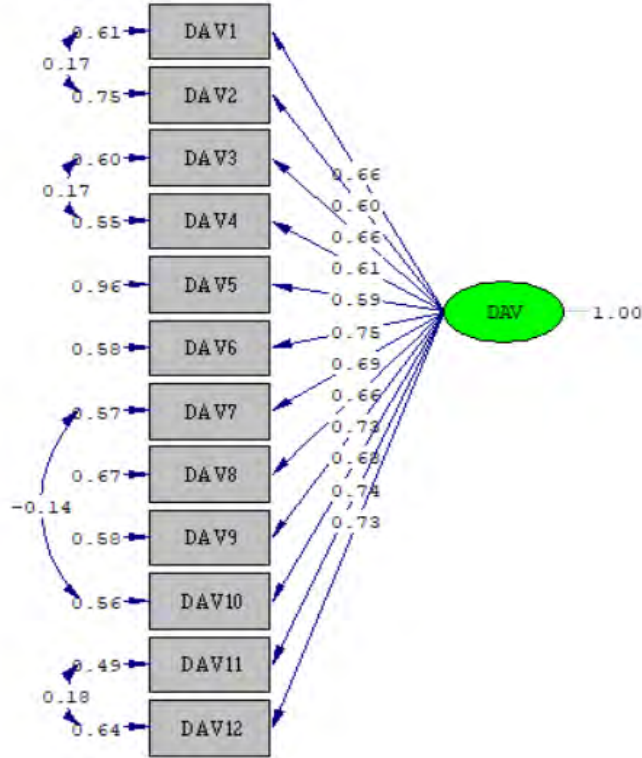
Şekil 1 incelendiğinde, ekolojik okuryazarlığın bilişsel boyutu üzerinde en önemli değişkenin 0,85'lik katsayı ile BİL2 "Ekolojik problemler konusunda bilgi sahibiyim" değişkeninin olduğu görülmektedir. Bireylerin bu konudaki bir birimlik olumlu artışın, ekolojik okuryazarlığın bilişsel boyutunda 0,85 birimlik bir artışa sebep olacağı söylenebilir. Bireylerin Bilişsel ekolojik okuryazarlık boyutu üzerinde diğer değişkenlere nazaran önem derecesi en az değişken ise 0,47'lik katsayı ile BİL7 "Atıkların bilinçli bir şekilde kullanımına yönelik öneriler sunarım" değişkeninin olduğu görülmektedir. Diğer değişkenlerin önem dereceleri de şekil üzerinden görülmektedir.



Chi-Square=43.22, df=17, P-value=0.00045, RMSEA=0.030

Şekil 2. Ekolojik Okuryazarlığın Duyuşsal Boyutuna İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu

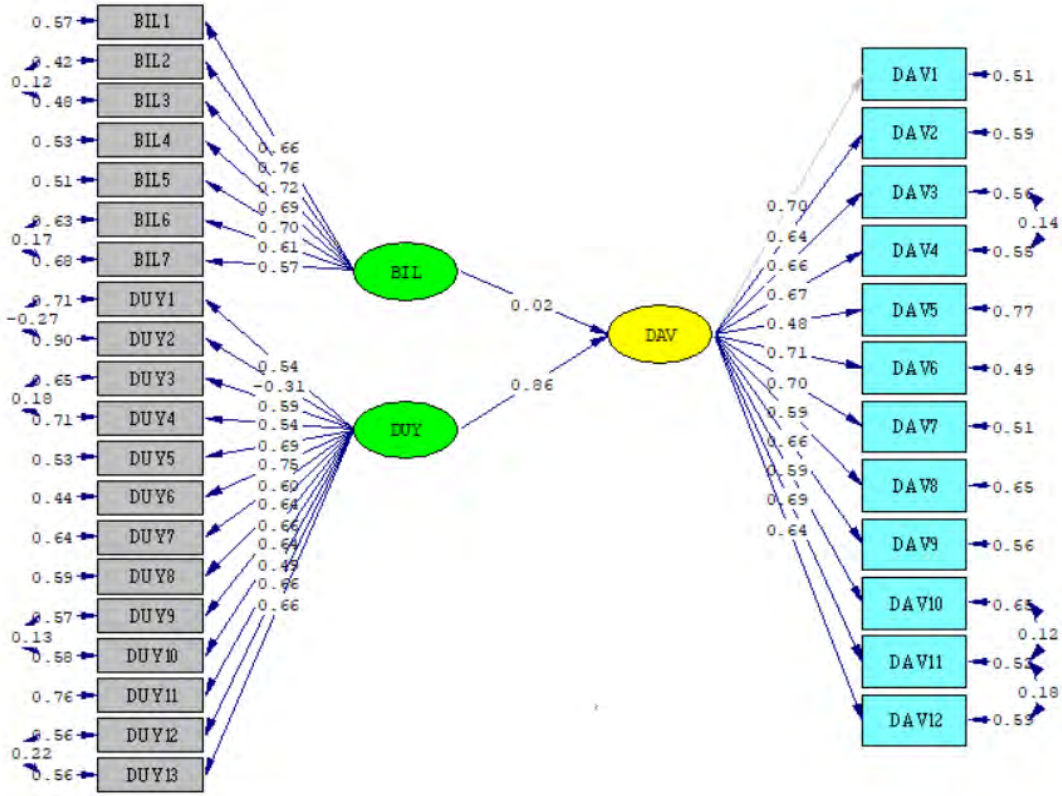
Şekil 2 incelendiğinde, ekolojik okuryazarlığın duyuşsal boyutu üzerinde en önemli değişkenin 0,76'lık katsayı ile DUY6 "Ekolojik dengeye uyum sağlama konusunda istekliyim" değişkeninin olduğu görölmektedir. Bireylerin bu konudaki bir birimlik olumlu artışın, ekolojik okuryazarlığın duyuşsal boyutunda 0,76 birimlik bir artışa sebep olacağı söylenebilir. Bireylerin duyuşsal ekolojik okuryazarlık boyutu üzerinde diğer değişkenlere nazaran önem derecesi en az değişken ise -0,30'luk katsayı ile DUY2 Ekoloji temalı reklam ve görseller ilgimi çekmez" değişkeninin olduğu görölmektedir. Diğer değişkenlerin önem dereceleri de şekil üzerinden görölmektedir.



Chi-Square=55.44, df=23, P-value=0.00017, RMSEA=0.029

Şekil 3. Ekolojik Okuryazarlığın Davranışsal Boyutuna İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu

Şekil 3 incelendiğinde, Ekolojik okuryazarlığın davranışsal boyutu üzerinde en önemli değişkenin 0,75'lik katsayı ile DAV6 "Ekolojik farkındalığı artıran gelişmelere yönelik bilgileri çevremle paylaşırım." değişkeninin olduğu görölmektedir. Bireylerin bu konudaki bir birimlik olumlu artışın, ekolojik okuryazarlığın davranışsal boyutunda 0,75 birimlik bir artışa sebep olacağı söylenebilir. Bireylerin Davranışsal ekolojik okuryazarlık boyutu üzerinde diğer değişkenlere nazaran önem derecesi en az değişken ise 0,59'luk katsayı ile DAV5 "Dünyadaki ekolojik temelli örgütlenmelere katılırım." değişkeninin olduğu görölmektedir. Diğer değişkenlerin önem dereceleri de şekil üzerinden görölmektedir.



Chi-Square=102.37, df=51, P-value=0.00003, RMSEA=0.024

Şekil 4. Ekolojik Okuryazarlık Boyutlarına İlişkin Yapısal eşitlik Modellemesi Sonucu

Bireylerin Ekolojik Okuryazarlıklarının Davranışsal Boyutu üzerinde Bilişsel ve Duyuşsal ekolojik okuryazarlıklarının etkisinin incelendiği yapısal eşitlik modelinin yer aldığı Şekil 4'ten görüleceği üzere, bireylerin Bilişsel ekolojik okuryazarlık boyutunun etkisinin çok az (0.02) olduğu ve bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bireylerin Duyuşsal Ekolojik Okuryazarlık boyutunun, Davranışlarına olan etkisi ise 0.86 birimlik anlamlı bir etkiye sahiptir. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına paralel olarak YEM sonuçlarında da BIL 2 değişkeni 0.76'lık bir katsayı ile Bilişsel Ekolojik okuryazarlık boyutu üzerinde en etkili değişken, DUY 6 değişkeni 0.75'lik katsayı ile Duyuşsal Ekolojik okuryazarlık boyutu üzerinde en etkili değişken ve DAV6 değişkeni 0.71'lik katsayı ile Davranışsal Ekolojik okuryazarlık boyutu üzerinde en etkili değişken olarak belirlenmiştir.

Tablo 3. Hipotez Tablosu

Hipotezler	Yollar	Standartlaştırılmış Parametre Tahminleri	t istatistiği	Sonuç
H ₂	(BIL)→(DAV)	0.02	0.32	Doğrulanmadı
H ₃	(DUY)→(DAV)	0.86	15.07	Doğrulandı

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Üniversite öğrencilerinin ekolojik okuryazarlık farkındalık düzeylerinin belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, Balıkesir Üniversitesi'nde 2023-2024 eğitim öğretim yılında öğrenim görmekte olan 1001 öğrenciden elde edilen veriler yorumlanmıştır. Üniversite öğrencilerinin ekolojik okuryazarlık farkındalık düzeylerinin tespit edilmesi amacıyla Koçoğlu vd., (2023) tarafından geliştirilmiş olan "Ekolojik Okuryazarlık Ölçeği" kullanılmıştır. Toplam 32 maddeden oluşan ölçeğin ilk 7 maddesi bilişsel tutum boyutunu belirlemeye yönelik iken, takip eden 13 madde duyuşsal tutum boyutunu, son 12 madde ise davranışsal tutum boyutunu tespit etmeye yöneliktir. Her bir ölçek için yüksek puan, ilgili boyutun yüksek düzeyde olduğunu gösterirken, yüksek toplam puan yüksek düzeyde ekolojik okuryazarlığa işaret etmektedir (Koçoğlu vd., 2023: 8).

Bu çalışma kapsamında ilk olarak üniversite öğrencilerinin ekolojik okuryazarlığına cinsiyetin etkisi incelenmiştir. Çalışma sonucunda erkeklerin ekolojik okuryazarlık farkındalık ortalamalarının kadınlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç Teksöz vd., (2010) tarafından öğretmen adayı üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen çalışmanın sonuçları ile örtüşmektedir. Sözü edilen çalışmada bayan öğretmen adaylarının çevre problemlerine erkek öğretmen adaylarından daha ilgili olmalarına rağmen çevre konularında onlar kadar bilgili olmadıkları tespit edilmiştir. Bu sonuç, erkeklerin fen bilimleri ve teknolojiye daha ilgili olmalarına ve bu konulardaki öğrenme motivasyonlarının daha yüksek olmasına bağlanabilir. Çalışmada cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık bulunmuş olmasını, Tuncel'in (2024) çalışması da desteklemektedir. Tuncel (2024) ekolojik ayak izi farkındalıkları üzerine gerçekleştirdiği araştırmasında öğrenciler arasında cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık olduğunu, ancak diğer değişkenler açısından anlamlı bir farklılığın olmadığını tespit etmiştir. Bozkurt (2023) ise, Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının ekolojik okuryazarlık düzeylerini araştırdığı çalışmasında öğretmen adaylarının ekolojik okuryazarlık farkındalık düzeyleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Balıkesir Üniversitesi'nin fakülte ve meslek yüksekokullarında öğrenim gören 1001 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada araştırmaya katılan öğrencilerin ekolojik okuryazarlık farkındalıklarının düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde Sevim (2023) de ortaokul öğrencilerinin ekolojik vatandaşlık düzeylerini belirlemeyi amaçladığı çalışmasında öğrencilerin ekolojik vatandaşlık düzeylerini düşük olarak bulmuştur.

Çalışmada ayrıca üniversite öğrencilerinin bilişsel ve duyuşsal ekolojik okuryazarlık tutumlarının davranışsal ekolojik okuryazarlık tutumu üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre bilişsel ekolojik okuryazarlık tutumunun davranışsal ekolojik okuryazarlık tutumu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuç Osbaldiston ve Sheldon (2003) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları ile ters düşmektedir. Sözü edilen çalışmada üniversite öğrencisi olan öğretmen adaylarının içselleştirilmiş motivasyonunun sürdürülebilir çevresel davranış değişikliğini teşvik ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bruyere (2003) de birinci sınıf üniversite öğrencilerinin ekolojik okuryazarlık hususundaki bilişsel ve davranışsal tutuma yönelik kazanımlarını incelediği doktora tezinde bilişsel tutumun davranışsal tutum üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuçlar, çalışmanın büyük çoğunlukla meslek yüksek okullarında öğrenim gören öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmesi nedeniyle bu çalışmada bilişsel tutumun davranışsal tutuma dönüşmede yetersiz kalması ile açıklanabilir. Öğretmen adaylarının ve yurt dışındaki üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin aldıkları eğitim, bilişsel olarak sahip oldukları farkındalıklarını davranışsal olarak ortaya koymada yeterli olurken, araştırmanın gerçekleştirildiği üniversite bölümlerinde bu yeterliliğin henüz olgunlaşmadığı söylenebilir. Buradan yola çıkarak üniversitenin her bölümünde ekolojik

okuryazarlık farkındalık seviyesinin artırılmasına ve bu farkındalığın davranışa dönüştürülmesine olanak sağlayacak şekilde ders içeriklerinin eğitim müfredatına dahil edilmesi önerilmektedir. Nitekim Kınacı (2024) tarafından gerçekleştirilen sosyal bilgiler öğretmenliği öğrencilerinin ekolojik okuryazarlığı ile çevre eğitimi özyeterlilikleri arasındaki ilişkiyi ölçmeye yönelik araştırmada üniversitede çevre eğitimi ile ilgili ders gören öğrencilerin özyeterliliğe ilişkin puanlarının daha yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Aynı araştırmada ekolojik okuryazarlığın davranışsal boyutu ile ekolojik okuryazarlık arasında orta seviyede pozitif ilişki, duyuşsal boyut ile özyeterlilik arasında ise zayıf seviyede pozitif ilişki belirlenmiştir. Ortaya çıkan sonuçlar bu çalışmada tespit edilmiş olan, bilişsel ekolojik okuryazarlık tutumunun davranışsal ekolojik okuryazarlık tutumu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı ve duyuşsal ekolojik okuryazarlık tutumunun davranışsal ekolojik okuryazarlık tutumu üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu yönündeki bulgularla kısmen paralellik göstermektedir.

Günümüzde mücadele edilmek zorunda kalınan, özellikle insanlar tarafından yaratılan çevresel krizler neticesinde gelecekte ortaya çıkabilecek sorunlara çözümler üretecek bir nesil yetiştirmek temel ihtiyaç haline almıştır. Doğal kaynakların gitgide azaldığı dünyamızda sadece günlük çözümler geliştirerek çevreyi korumak değil, sürdürülebilirliği sağlayacak uygulamalar yaratmak gerekmektedir. Dolayısıyla ekolojik okuryazar olabilmek için bireylerin yaşama bakış açılarında kökten bir değişime gitmeleri beklenmektedir. Sürdürülebilirliğin yaratılabilmesi ve yaşam bakış açılarının değiştirilebilmesi için gereken en önemli husus eğitimidir. Çevre konusunda duyarlılık, ekoloji ve doğal yaşamın önemi, bütün bunların sonucu olarak ekolojik okuryazarlık üniversite öğrencilerine etkili bir çevre, ekoloji, ekolojik okuryazarlık eğitimi verilerek kazandırılabilir (Okyay vd., 2021: 130). Literatür incelendiğinde; Cutter-Mackenzie ve Smith, 2003: 497; Mangtorn ve Hellden, 2007: 68; Lewinsohn vd., 2015: 154 ve Ikhsan vd., 2019: 398 tarafından ekolojik okuryazarlık eğitime ilişkin gerçekleştirilen çalışmalarda ekolojik okuryazarlık eğitimi alan bireylerin ekolojik bilgi, çevresel algı ve davranışlarında artış, öz yeterlik inançları, problem çözme, karar verme ve bilişsel becerilerinde gelişme olduğu tespit edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin de ders içeriklerinde ekolojik okuryazarlığa yönelik eğitimlerin yer alması bu bilgi ve becerilerinin gelişmesini sağlayacaktır. Lewinsohn vd., (2015: 156) ekolojik okuryazarlık eğitimi sayesinde çevre sorunları hakkında bilgi sahibi olan bireylerin bu sorunların çözümüne yönelik araştırmalar yaparak sorunların çözümünde sorumluluk alma davranışlarının geliştiğini vurgulamakta, ayrıca iklim değişikliği, biyolojik çeşitliliğin azalması, doğadaki hayvan ve bitki türlerinin yok edilmesi, aşırı tüketim gibi çevresel krizlere yeni bir bakış açısı geldiğini savunmaktadır. Bir nevi doğayı okumak anlamına gelen ekolojik okuryazarlık konusunda verilecek eğitim; çoklu ve disiplinler arası bir bakış açısına sahip olup bütüncül olmalı, insanı doğanın bir parçası olarak görerek insanın doğa ile uyumuna, ekosistemle etkileşimine özen göstermeli en önemlisi de sürdürülebilirlik anlayışına hizmet etmelidir (Hammersten vd., 2019: 239). Powers (2004) ve Moody vd., (2005) tarafından üniversite öğrencilerinin çevre ve ekolojiye yönelik konularda okuryazarlık eğitimi aldıklarında kendilerine ve topluma katkısının olup olmadığının incelendiği araştırmalarda büyük oranda katkı sağlandığı tespit edilmiştir.

Ekolojik okuryazarlık eğitiminin öğrencilere kazandırılmasında bu eğitimi verecek öğretmenlerin bilgi ve beceri seviyesi de önemli rol oynamaktadır. Ferreira vd., (2016: 5619) ekolojik okuryazarlık becerisini öğrencilere kazandırmada öğretmenlerin önemli rol oynadığını belirtirken, Pe'er vd., (2007: 48) ve Güler (2009: 40) öğrencilere bu eğitimin verilebilmesi için öncelikle öğretmenlerin bilgi seviyelerinin yeterli ve yüksek olması gerektiğini ifade etmektedirler. Dolayısıyla üniversite öğrencilerine ekolojik okuryazarlık konusunda gerekli eğitimlerin uygulanabilmesi için de akademisyenlerin bu alanda gerekli bilgi, beceri ve yetkinliklere sahip olması gerekmektedir. Bu bağlamda bundan sonra yapılacak araştırmacılara

akademisyenlerin ekolojik okuryazarlık seviyelerinin belirlenmesine yönelik nicel ve nitel araştırmalar gerçekleştirilmeleri önerilmektedir. Bu doğrultuda önceliklere akademisyenlere yönelik ekoloji temelli eğitim programları düzenlenmeli, daha sonra gerekli eğitimi alan akademisyenler aracılığı ile öğrencilere verilecek ekolojik okuryazarlık eğitimlerinin amacı, öğrencilerin doğaya ve çevreye ilişkin bilgi düzeylerini ve farkındalıklarını arttırmak, doğa olaylarına sorgulayıcı bir şekilde yaklaşmalarını sağlayarak, yaşanan çevresel kriz ve problemlerin çözülebilmesi için yaratıcı fikirler geliştirmelerine olanak sağlamak ve ekolojik okuryazarlık konusunda edindikleri bilgi ve deneyimleri hem günlük hem de mesleki yaşamlarında kullanmak şeklinde olmalıdır.

Araştırma bulguları ve literatürdeki incelenen çalışmaların sonuçlarından hareketle üniversitelerin eğitim programlarına ekolojik okuryazarlığı dahil etmeleri, sürdürülebilir bir gelecek için kişisel ve toplumsal değerlere sahip çıkan, ekolojik yaşam döngüsünü benimsemiş öğrenciler yetiştirmeleri sayesinde doğa ve doğal hayatın olumlu yönde kazanım sağlayacağı görülmektedir. Üniversitelerin sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir gelecekte oldukça etkin sorumlulukları bulunmaktadır. McKeown (2002: 22) eğitim sisteminde sürdürülebilirlik kavramını anlamaya ve uygulamaya yönelik gerçekleştirilecek yenilikler sayesinde sürdürülebilir bir gelecek için doğru adımların atılacağını savunmaktadır. Thomas ve Nicita (2002: 486) yükseköğretimde sürdürülebilir kalkınmaya yönelik etkinliğin belirlenebilmesi için bu alanda araştırma sayısının artırılması gerektiğini belirtmiştir. Bu doğrultuda gönüllü üniversite yöneticilerinin sürdürülebilir gelecek için politika belirlenmesi, strateji oluşturulması gibi konularda ortak bir çalışma yürütmeleri Wright (2002: 111) tarafından da belirtildiği gibi oldukça yararlı olacaktır.

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: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan 27.06.2024 tarih ve 2024/6 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Aydın, M., DüNDAR, R., ve Korkut, Ş. (2016). Türkiye'de Ekolojik Okuryazarlık Eğitimine Yönelik Öğretmen Görüşleri, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(2): 1160-1172.

Bozkurt, S. (2023). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Ekolojik Okuryazarlığa İlişkin Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.

Bruyere, B. L. (2003). *Ecological Literacy in a Context of First-Year College Students*, Unpublished doctoral dissertation, Colorado State University, USA.

Cheah, I. and Phau, I. (2011). Attitudes Towards Environmentally Friendly Products: The Influence of Ecoliteracy, Interpersonal Influence and Value Orientation, *Marketing Intelligence & Planning*, 29(5): 452-472.

Curthoys L. P. and Cuthbertson B. (2002). Listening to the Landscape: Interpretive Planning for Ecological Literacy, *Canadian Journal of Environmental Education*, 7(2): 224-240.

- Cutter-Mackenzie, A. and Smith, R. (2003). Ecological Literacy: The 'missing paradigm' in Environmental Education (part one), *Environmental Education Research*, 9(4): 497-524.
- Demir, F.B. (2021). *Argümantasyon Tabanlı Bilim Öğrenme Yaklaşımının 6. Sınıf Öğrencilerinin Ekolojik Okuryazarlıkları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu.
- Dündar, R. and Kızık, M. M. (2022). Investigation of the Place of Environment in Life Studies Program Lesson in the Context of Ecological Literacy, Environmental Education and Sustainable Development-Oriented Education, *Inonu University Journal of the Faculty of Education*, 23(3): 1954-1974.
- Erciş, A. ve Türk, B. (2016). Etik Çerçevesinde Tüketim, Tüketici ve Çevre: Ekolojik Okuryazarlığın Moderatör Rolü, *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 20(2): 1-24.
- Ferreira, M. E., Cruz, C. and Pitarma, R. (2016). Teaching Ecology to Children of Preschool Education to Instill Environmentally Friendly Behaviour, *International Journal of Environmental and Science Education*, 11(12): 5619-5632.
- Gül, G. (2007). Okuryazarlık Sürecinde Aile Katılımının Rolü, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi*, 8(1): 17-30.
- Güler, T. (2009). Ekoloji Temelli Bir Çevre Eğitiminin Öğretmenlerin Çevre Eğitimine Karşı Görüşlerine Etkileri, *Eğitim ve Bilim*, 34(151): 30-43.
- Ha, C., Huang, G., Zhang, J. and Dong, S. (2021). Assessing Ecological Literacy and Its Application Based on Linguistic Ecology: A Case Study of Guiyang City China, *Research Square*, 2(1): 1-24.
- Haktanır, G., Özbakır, A.D., Cabbar, B.G., Çabuk, B. and Haktanır, K. (2023). Ecological Literacy Measurement Tool for Adults: Validity and Reliability Study, *Necatibey Faculty of Education Electronic Journal of Science and Mathematics Education*, 17(2): 1084-1112.
- Hammarsten, M., Askerlund, P., Almers, E., Avery, H. and Samuelsson, T. (2019). Developing Ecological Literacy in a Forest Garden: Children's Perspectives, *Journal of Adventure Education and Outdoor Learning*, 19(3): 227-241.
- Ikhsan, F. A., Kurnianto, F. A., Apriyanto, B. and Nurdin, E. A. (2019). The Effectivity of Environmental Education in Scaffolding Students' Ecological Literacy. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 8(3): 398-406.
- Kaplowitz M. D. and Levine R. (2005). How Environmental Knowledge Measures up at a Big Ten University, *Environmental Education Research*, 11(2): 143-160.
- Kınacı, M. K. (2024). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Ekolojik Okuryazarlık Düzeyleri ve Çevre Eğitimi Öz Yeterlikleri Arasındaki İlişkinin Modellenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Koçoğlu, E., Egüz, Ş., Tösten, R., Demi, F.B. and Tekdal, D. (2023). Perception of Ecological Literacy in Education: A Scale Development Study. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 11(3): 3-9.
- Konoralp, E. (2024). Orman Okullarının Sürdürülebilir Eğitim ve Ekolojik Okuryazarlık Üzerindeki Rolü, *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies*, 10(42): 60-78.
- Kutlu, G.E. ve Beştepe, N.E. (2024). Tez ve Bitirme Projelerinde Ekolojik Okuryazarlık ile Drama İlişkisi, *Yaratıcı Drama Dergisi*, 19(2): 143-169.

- Lewinsohn, T. M., Attayde, J. L., Fonseca, C. R., Ganade, G., Jorge, L. R., Kollmann, J., Overbeck, G. E., Prado, P. I., Pillar, V. D., Popp, D., da Rocha P. L. B., Silva, W. R., Spiekermann, A. and Weisser, W. W. (2015). Ecological Literacy and Beyond: Problem Based Learning for Future Professionals, *Ambio*, 44(2): 154-162.
- Magntorn, O. and Helldén, G. (2007). Reading Nature From a bottom-up perspective. *Journal of Biological Education*, 41(2): 68-75.
- McBeth, B., Hungerford, H. R., Marcinkowski, T., Volk, T. and Meyers, R. (2008). National Environmental Literacy Assessment Project: Year 1, *National Baseline Study of Middle Grades Students Final Research Report*, National Oceanic and Atmospheric Administration, 1-192.
- McKeown, R. (2002). Progress Has Been Made in Education for Sustainable Development, *Applied Environmental Education and Communication*, 1: 21-23.
- Moody G., Alkaff H., Garrison D. and Golley F. (2005). Assessing the Environmental Literacy Requirement at the University of Georgia, *The Journal of Environmental Education*, 36(4): 3-9.
- Morin, E. (2003). *Geleceğin Eğitimi İçin Gerekli Yedi Bilgi*. (Çeviren, Dilli, H.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Okuyay, Ö., Demir, Z.G., Sayın, A. ve Özdemir, K. (2021). Ekolojik Okuryazarlık Eğitiminin Okul Öncesi Öğretmenlerinin Ekolojik Farkındalığı ve Çevreye Yönelik Motivasyonlarına Etkisi, *Başkent University Journal of Education*, 8(1): 129-146.
- Okuyay, Ö. Sayın, A., Demir, Z.G. ve Özdemir, K. (2022). Ekolojik Okuryazarlık Eğitiminin Okul Öncesi Çocukların Çevreye Yönelik Farkındalık ve Tutumlarına Etkisi, *Milli Eğitim*, 51(236): 2851-2870.
- Osbaldiston, R. and Sheldon, K. M. (2003). Promoting Internalized Motivation for Environmentally Responsible Behavior: A Prospective Study of Environmental Goals, *Journal of Environmental Psychology*, 23(4): 349-357.
- Pe'er, S., Goldman, D. and Yavetz, B. (2007). Environmental Literacy in Teacher Training: Attitudes, Knowledge, and Environmental Behavior of Beginning Students, *The Journal of Environmental Education*, 39(1): 45-59.
- Powers, A. L. (2004). Teacher Preparation for Environmental Education: Faculty Perspectives on the Infusion of Environmental Education into Preservice Methods Courses, *The Journal of Environmental Education*, 35: 3-11.
- Schumacker, R.E. and Lomax, R.G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*, (Second Edition). Lawrence Erlbaum Associates. USA.
- Sevim, C. (2023). *Ortaokul Öğrencilerinin Ekolojik Vatandaşlık Düzeylerinin İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi, Bartın.
- Snavely, L. and Cooper, N. (1997). The Information Literacy Debate, *The Journal of Academic Librarianship*, 23(1): 9-13.
- Sur, E. (2022). Okuryazarlık Kavramı ve Türkiye'deki Okuryazarlık Araştırmaları Üzerine Bir İnceleme, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi (AKEF) Dergisi*, 4(2): 445-467.
- Şehribanoğlu, S. (2005). *Yapısal Eşitlik Modelleri ve Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.

Teksöz, G., Şahin, E. ve Ertepinar, H. (2010). Çevre Okuryazarlığı, Öğretmen Adayları ve Sürdürülebilir Bir Gelecek, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39: 307-320.

Thomas, I. and Nicita, J. (2002). Sustainability Education and Australian Universities, *Environmental Education Research*, 8(4): 475-492.

Tuncel, S. (2024). *Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Ekolojik Ayak İzi Farkındalıkları Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.

Ukenna, S., Nkamnebe, A.D., Nwaizugbo, I.C., Moguluwa, S.C. and Olise, M.C. (2012). Profiling the Environmental Sustainability-Conscious (ESC) Consumer: Proposing the SPP Model, *Journal of Management and Sustainability*, 2(2): 197-210.

Wright, T. S. A. (2002). Definitions and Framework for Environmental Sustainability in Higher Education, *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 3(3): 105-120.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Şamanizm Yemek Ritüellerinin Günümüze Yansımaları*

Muhlise Ayça TAŞ, Yüksek Lisans Öğrencisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, e-posta: aycatas26@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9827-2527>

Öğr. Gör. Turgut TÜRKÖĞLU, Artvin Çoruh Üniversitesi, Arhavi Meslek Yüksekokulu, Artvin, e-posta: turgutturkoglu@artvin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9535-1908>

Doç. Dr. İsa YAYLA, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara, e-posta: isa.yayla@ktb.gov.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6473-7904>

Doç. Dr. Hüseyin PAMUKÇU, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Afyonkarahisar, e-posta: hpamukcu@aku.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9673-5604>

Öz

Bu araştırmada, Şamanizm'in yemek ritüellerini ve bu ritüellerin günümüz yemek kültürüne yansımalarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, Şamanizm yemek ritüellerinin toplumsal dayanışma, kültürel kimlik ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği üzerindeki önemi vurgulanmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Toplanan veriler betimsel içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda Şamanizm yemek ritüellerinin geçmişte yaygın olarak yer aldığı, nesiller arası aktarımı sırasında bazıları unutulmakla birlikte birçok uygulamanın korunarak günümüze aktarıldığı, aktarılan yemek ritüellerinin bir kısmının aslına benzer şekilde yaşatıldığı, bir kısmının ise nesiller arası aktarıma uğrarken kültürel etkileşimlere uğraması sonucu birtakım değişimlere uğradığı, bu tür uygulamaların Şaman yemek kültürü veya ritüeli olarak adlandırılmasa da yemek ile ilgili faaliyetlerde yer edindiği tespit edilmiştir. Yeme-içmeye dayalı bu gibi ritüeller, geçmiş ve günümüz toplumlarının kültürel yapısını ve değerlerini belirlemek adına önem taşımaktadır. Ayrıca bu ritüeller, nesilden nesile aktarımı sayesinde kültürel miras değeri kazanmaktadır.

* Bu çalışma, 05-09 Kasım 2024 tarihleri arasında Taşkent'te düzenlenen "Türk Dünyası İletişim ve Sanat Sempozyumu"nda sunulan özet bildirinin genişletilmiş ve gözden geçirilmiş halidir.

Anahtar Kelimeler: Şamanizm, Yemek Ritüelleri, Yemek Kültürü, Kültürel Miras, Kültürel Sürdürülebilirlik.

Makale Gönderme Tarihi: 26.01.2025

Makale Kabul Tarihi: 01.05.2025

Önerilen Atf:

Taş, M. A., Türkoğlu, T., Yayla, İ. ve Pamukçu, H. (2025). Şamanizm Yemek Ritüellerinin Günümüze Yansımaları, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(5): 335-351.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2025, 8(5): 335-351. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1540](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1540)
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Reflections of Shamanism Food Rituals to the Present

Muhlise Ayça TAŞ, MSc. Student, Afyon Kocatepe University, Institute of Social Sciences, Afyonkarahisar, e-mail: aycatas26@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9827-2527>

Lecturer Turgut TÜRKOĞLU, Artvin Çoruh University, Arhavi Vocational School, Artvin, e-mail: turgutturkoglu@artvin.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9535-1908>

Associate Prof. Dr. İsa YAYLA, Ministry of Culture and Tourism, Ankara, e-mail: isa.yayla@ktb.gov.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6473-7904>

Associate Prof. Dr. Hüseyin PAMUKÇU, Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Afyonkarahisar, e-mail: hpamukcu@aku.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9673-5604>

Abstract

In this study, it is aimed to examine the food rituals of Shamanism and the reflections of these rituals on today's food culture. In line with this purpose, the study emphasizes the importance of food rituals of Shamanism on social solidarity, cultural identity and sustainability of heritage. Document analysis technique, one of the qualitative research methods, was used in the study. The collected data were evaluated by descriptive content analysis method. As a result of the study, it was determined that Shamanism food rituals were widely used in the past, many practices were preserved and transferred to the present day, although they were forgotten during the transfer between generations, some of the transferred food rituals were kept alive in a similar way to the original, and some of them underwent some changes as a result of cultural interactions while being transferred between generations, and although such practices are not called Shaman food culture or ritual, they have taken place in food-related activities. Such rituals based on eating and drinking are important for determining the cultural structure and values of past and present societies and gain cultural heritage value through their transmission.

Keywords: Shamanism, Food Rituals, Food Culture, Cultural Heritage, Cultural Sustainability.

Received: 26.01.2025

Accepted: 01.05.2025

Suggested Citation:

Taş, M. A., Türkoğlu, T., Yayla, İ. and Pamukçu, H. (2025). Reflections of Shamanism Food Rituals to the Present, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(5): 335-351.

GİRİŞ

Dünya üzerinde farklı dinler ve inanç sistemleri bulunmaktadır. İlahi kaynağın yanı sıra afet ve salgın gibi önlenemez durumlar karşısında doğüstü bir güce inanarak teselli bulma, korunma ihtiyacı ile toplumlar tarafından da çeşitli inanışlar ortaya çıkarılmıştır. Bu inanış şekilleri toplumlar arasında aktarılırken, kimisi unutulmaya başlamış kimisi ise yaygınlaşmış ve içerik açısından çeşitlenmiştir. İnançların içeriği doldurulurken doğüstü varlıklara bağlılığı belirtme, adanma, korunma ve beklentide bulunma gibi duygu ve düşünceler karşısında çeşitli davranış kalıpları ortaya çıkmıştır. Zaman içerisinde bu kalıplar belirginleşmeye başlamış, toplum tarafından benimsenmiş ve bir uygulama sıklığı ile ritüel haline gelmeye başlamıştır (Mercan, 2018: 1). Ritüeller korku, bereket, umut, nazar, özel gün çeşitli zamanlarda ve gerekçelerle yapılabilmekle birlikte her ritüel bireysel ve toplumsal bir işlevi yerine getirmektedir. Beşerî inanç sistemlerinde yer alan, bireysel ve toplumsal amaçlarla ortaya çıkararak dinsel bir anlama bürünen ritüeller de içinde bulunduğu, uygulandığı kültürü ifade etme rolü taşımaktadır.

Yemek ile hazırlanan ritüellerde, tüketilen yemekler toplulukların somut kültürlerinin ve kültürel miraslarının bir parçası olarak kabul edilmektedir. Hatırlamayı ya da unutmamayı sağlayan ritüellerin tekrara dayalı döngüsel yapısı belli bir toplumsal yapının değişerek de olsa sürekliliğini sağlamaktadır. Dini tören, düğün, cenaze, kutlama, şenlik, festival, yıl dönümü, bayram gibi dönemlerde veya günlük yaşam içerisinde yeme-içmeye dayalı gerçekleşen ritüeller, toplum üyelerini bir arada tutan ortaklık duygusunu geliştirmekte ve korumaktadır (Murtezaoğlu, 2012: 345).

Eski bir inanç sistemi olan ve belirli bir kesim tarafından sürdürülen Şamanizm inancı da içeriğinde çeşitli ritüeller barındırmaktadır (Krasilnikov vd., 2023: 117). Özellikle, bu ritüeller arasında yer alan kutlama ve yemek uygulamaları günümüzde yaşatılmakta, diğer toplumsal uygulamalarla iç içe geçmiş bir şekilde sıklıkla ortaya çıkmaktadır (Harvey, 2015). Şamanist ritüeller siyasi baskılar ve değişen koşullar nedeniyle bazı farklılıklar gösterse de ana çerçevesini ve değerlerini kaybetmemiştir. Bu değerlere ilişkin farkındalığın sağlanması, Türk mutfak kültürünün temellerinin ortaya konulması adına bu tür inanışların ve inanışlara ait uygulamaların belirlenmesi ve incelenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, kültürel belleğin sürdürülebilirliğinin önemine dikkat çekerek, Şamanizmde yer alan yemek ritüellerini ve bu ritüellerin günümüze olan yansımalarının incelenmesi amaçlanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Şamanizm Yemek Ritüelleri

Şamanizm, dünyadaki her şeyin ruhani özü olduğunu açıklayan animizm üzerine kuruludur (Bozdemir, 2019: 4). Animus'dan türetilen Animizm, ruhlara inanma demektir (Örnek, 1962: 255). Şamanlık, psikolojik, sosyal, ideolojik, inançsal ve kültürel anlamda toplumu her yönüyle çevreleyen, etkileyen, hatta düşünce ve yaşantı şeklini etkileyen felsefi bir bütündür. Ancak tüm inanç sistemi Şamanlık adı altında birleşmemiştir. Şamanlık, var olan inançların tümünü kendi sistemine uyarlayarak yeniden şekillendirmiştir (Bayat, 2006: 21). Bu anlayışa sahip olan Şamanizm, içerisinde barındırdığı her bir unsurla anlamlı hale getirilerek diğer toplumlara ve sonraki nesillere aktarılmış, geniş bir coğrafyaya yayılmış ve farklı yöntemler, uygulamalar ile kültürel açıdan zengin bir içeriğe kavuşmuştur. Şamanizmin yaşatıldığı yerler Orta Asya ve çevresindeki halklar olarak vurgulanırken Afrika, Amerika, Çin gibi bölgelerde de görüldüğü ve hatta topluluktan topluluğa, kabileden kabileye bile pek çok ritüel uygulama farklılıkları olduğu anlaşılmaktadır (Güçlüer, 2024: 15).

Şamanizm, aktarıldığı uzun tarihsel süreç içinde diğer kültür sistemlerinde olduğu gibi bir dizi toplumsal uygulama ve ritüel ile zenginleştirilmiştir (Mithen, 2022: 158). Bu uygulama ve ritüellerin dayandığı kaynak Şaman kültürünü oluşturan temel bazı unsurları kapsamaktadır. Şamanizm ile şekillenen uygulama ve ritüeller, bu uygulama ve ritüellerde kullanılan materyaller ve bu materyallerin biçimi, çizimleri ve diğer özellikleri geniş bir sembol ve anlam ailesinden oluşmaktadır (Alp ve Mutlu, 2021: 1009). Orta Asya Türklerinde, hasta olan kişilerin iki ateş arasından geçirilerek şifa bulacağı anlayışı, bir ölüm gerçekleştiğinde toplum üyelerinin ateş üzerinden atlayarak uğurlama ve bağışlanma temelli gerçekleştirilen törenler örnek verilebilmektedir (Tanyu, 1976: 287). Dikkat çekici ritüellerden bir diğeri güneş ritüelidir. Güneş ritüelleri genellikle güneşin doğuşu ya da batışı sırasında gerçekleştirilir. Ritüel sırasında şaman, davul eşliğinde dans eder ve güneşi temsil eden ilahiler söyler. Şamanlar, güneşi bir ilahi varlık olarak yüceltirken, onun enerjisinin insanlara bereket, sağlık ve koruma sağladığına inanır. Törenlerde, güneşi simgeleyen semboller, dairesel şekiller ve parlak objeler kullanılır (Eliade, 1999: 170). Söz konusu ritüellerin genel özelliklerine bakıldığında Şamanizm ritüelleri, avcı-toplayıcı ve göçebe toplumlara özgü olmuştur. Bu toplumların dini yaşamı, tarım toplulukları gibi toplu değil, bireyseldir. Tarım toplumlarında yaşam; tohumun yeniden toprağa atılması gibi ele alınırken, avcı toplumlarda öldürdükleri hayvanların tüm parçalarının insana aktarıldığı düşünülmektedir. Tarım toplulukları dini uygulamaları topluca sürdürürken, avcı toplumlarda daha bireysel dini eylemlerin yapıldığı görülmekteydi (Tuna, 2000: 28). Yeme-içme ile ilgili unsurlar ve ritüeller de çeşitli meclislerde, misafir ağırlamada, söz, nişan, düğün, ölüm, dini günler gibi önem atfedilen gün ve olaylarda yer edinmiş, toplum üyelerinin bir arada bulunmasını ve ortak değerleri paylaşmasını sağlamıştır (Eröz, 1977: 158; Akt: Dağı ve Minez, 2022: 670). Tarihi süreç boyunca yaşanan gelişmeler toplumsal yaşantının değişmesini sağlamış, yemek kültürü de bu değişimlerden etkilenmiştir. Yemek kültürünün toplumlar arası etkileşim ve nesilden nesile aktarımı sırasında yaşadığı değişimler sonucunda bazı ritüeller unutulmaya, terk edilmeye başlanırken bazıları ise özgün haliyle sürdürülmeye veya şekil değiştirerek günlük hayatın içerisinde yer edinmeye başlamıştır. Şamanizmde de ritüeller, yemek ritüelleri ve ritüeller esnasında gerçekleştirilen yeme-içme deneyimleri sırasında her iki unsurun birbirini tamamlamasına önem verilmiştir. Çünkü bu durum Şamanizmde Canlı bir duyuşal deneyim sağlayan ve değerlerin kolektif olarak birleştirilmesini sağlayan ayrıcalıklı bir örnek teşhir ortamı oluşturmuştur (Herrmans, 2021: 55).

Türk toplum hayatında çok eskiden beri kurbanın dinî, sosyal ve folklorik bir yerinin olduğu bilinmektedir (Yavuzer, 2019: 142). Bu durum eski dönem Türkçe yazılı kaynaklarında da belirtilmiştir ve Divanü Lügat-it-Türk'te de geçen "ıdık" yahut "ıduk" ifadeleri: "Kutlu ve mübarek olan her nesne. Sahibinin yaptığı bir adak için bırakılan hayvan" şeklinde açıklanmıştır. Düğünler, ölümler, doğumlar, bayramlar, mezar ve yatır ziyaretleri gibi önem atfedilen olayların yanı sıra bereket getirmesi, duaların kabul edilmesi gibi sebeplerle Tanrı'ya yapılan yakarış anında kurbanlar adanmıştır (Eröz, 1980: 212). Eski Türk inançlarında da ataların ruhları için çeşitli anlamlar yükledikleri iyelere, her açıdan memnun etmek ve yardımını istemek, taleplerini ona kabul ettirmek amacıyla Tengri'ye kurban adamak yaygın bir uygulamaydı (Kalafat, 1990: 95). Şamanlığa bağlı bulunan toplumlar da Gök Tanrıyı memnun etmek ve dileklerini iletmek istedikleri zaman kurban kesmişlerdir (Buluç, 1970: 331; Akt: Ersürel, 2009: 34).

Şamanizm dini törenlerinde kurban sungusu önem atfedilen bir motif olmuştur. Kurban sunusu kolektif bir biçimde uygulanan, toplumdaki her üyenin katılmasının zorunlu olduğu ve bu ritüelden dışlanmanın kişinin artık grubun bir parçası olmadığını gösterdiği yönünde kabuller yer etmiştir (Pi-shi, 1986: 23). Şamanizmde kurban; kanlı ve kansız olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kurban edilen hayvanların türünün içerisine at, geyik, sığır, koç-koyun gibi hayvanlar girmekte, çeşitli yabani hayvanlar da bu gruba dâhil edilebilmekte ve bütün bu

hayvanlar arasında ata ayrı bir önem ve öncelik verilmektedir (Akgün, 2007: 141). Eski Türk inanışlarında en makbul görülen ve kıymet atfedilen hayvanın at olduğu bilinmekte, bu da söz konusu duruma anlam kazandırmaktadır (İnan, 2000: 100). Buna karşılık İslamiyet'te her hayvanın kurban edilemeyeceği, kurban edilecek hayvanın erkek cinsinden tercih edilmesi ve diğer şartları karşılması gerektiği belirtilmiştir. Kurban sunumlarından bağımsız olarak yapılan diğer kurban törenlerine ise kansız kurbanlar denilmiştir. Saçı, yalma (ağaçlara veya kamın davuluna bağlanan paçavralar), ateşe yağ atma, tözlerin ağızlarını yağlama ve kıymız serpmeye gibi törenler bu kansız kurbanlara örnek olmaktadır (Gömeç, 1998: 44).

Şamanizmi benimsemiş Türk toplumlarında ölüm, düğün, doğum, toy gibi önemli törenlerde yapılan bazı yemek ritüelleri hayat bulmuştur. Ölülerin ardından yapılan yemekler için yüz iki yüz arası et kesilerek ikram edilmiştir. Türk halkı Yakutlar, çocuk doğduğu zaman hayvanlar keserek yağlı bir yemek hazırlar, hayvanın kafasını ise kırmadan pişirmişlerdir (Radlof, 2008: 361). Ayrıca, eski Türkler, ölümden sonraki hayata dair inanışları gereği ölünün sonraki hayatında yiyip içeceğine inandığı çeşitli yiyecekleri ölünün mezarına bırakırdı. Bu sebeple ölümler gömülürken et dolu bir kap ve kısrak sütü dolu bir kupa mezarın önüne konulurdu. Evlenme ve toy gibi önemli günlerde düzenlenen yemekli ziyafetlerde ise et yemekleri ve kıymız sofranın vazgeçilmez unsurları arasında yer almıştır (Kılıç, 2012: 12). Şamanizmde hastalıkları tedavi etme amacıyla gerçekleştirilen ritüellerde doğadan toplanan yaprak, çiçek, ot gibi çeşitli bitkilerle ve bitki kökleriyle çay, merhem gibi ürünler hazırlanmıştır. Örneğin, papatya ve lavanta çiçekleri, sakinleştirici etkileri nedeniyle sinirsel rahatsızlıklar ve uyku problemleri için çay şeklinde kullanılırken; kekik ve zencefil kökleri, mide rahatsızlıkları ve sindirim sorunları için çay olarak ya da doğrudan lapalar şeklinde uygulanmaktadır. Ayrıca, yaraların iyileşmesini hızlandırmak için hazırlanan adaçayı ve yaban mersini karışımlarından yapılan merhemler, cilt problemleri ve yaraların tedavisinde etkilidir. Bu gibi doğal tedavi yöntemleri, bedenin kendi iyileşme sürecini desteklemek amacıyla Şaman inancında önemli bir yer tutmuştur (Bayat, 2006: 253).

İslamiyet Sonrası Türk Toplumlarında ve Günümüzde Şamanizm Yemek Ritüelleri

Tarih boyunca Türk beylikleri çeşitli din adamları ve uygarlıklar vesilesi ile farklı din ve inanç sistemleri ile etkileşime girmişlerdir. Budizm, Maniheizm, Zerdüştlük gibi inançları benimsemiş olan Türk topluluklarının varlığı bilinse de çoğunluk olarak Türklerin bu inanç sistemlerini Şamanizm ile bağdaştıramadıkları, bu sebeple bazı dinlerin etkili bir yayılım gösteremediği düşünülmektedir (Eroğlu ve Kılıç, 2010: 756). VII. yüzyıl itibari ile Orta Asya'da yayılım gösteren Arap koloni ve ticaret kervanları ile Türkler İslamiyet ile tanışmışlardır. Bu durum zamanla Emevi ve Abbasi tüccarlarının bölgeyi bir pazar olarak değerlendirmesine sebep olmuştur (Ocak, 2014: 31). Ancak Şamanlığın izleri yüzyıllar boyunca unutulmamıştır. X. yüzyıl başlarında ve XI. yüzyılının ilk yarısında İslam inancını benimsemiş olarak Horasan'a geçen Selçuk Oğuzları, Dede Korkut hikâyelerinden anlaşıldığına göre, XV. yüzyılda birçok Şamanist geleneği ve kültür öğesini muhafaza etmişlerdir. Oğuzların torunları olan bugünkü Anadolu Türklerinde de eski inanç ve göreneklerin derin izine rastlanmıştır (İnan, 2000: 205; Akt: Ersürel, 2009: 76).

Eski Türk kültüründe içki veya alkol içeren fermente içecekleri tüketmek yaygın olarak görülmüştür. Özellikle at sütünden yapılmış olan kıymız Şaman ayinlerinin vazgeçilmez içkisi olmuştur. Kıymız sayesinde Şamanın, ayin sırasında kendinden geçtiğine ve bu durumun onun öteki âleme geçişini kolaylaştırdığına inanılmıştır. İnsanın bilinç ve muhakemesini körleştirdiği için İslamiyet'in alkolü ve türevlerini yasaklaması ile bu gibi geleneklerin de yaşam alanı kalmamıştır (Artun, 2005: 251). İslamiyet'in kabul edilmesinden sonra Türk kültürü, Arap kültürü ile yakınlaşmış ve bu durum mutfak kültürüne de yansımıştır. İslamiyet'in kabul edilmesi sonucunda bazı yiyecek ve içecekler haram ve mekruh kılınmıştır. İslam'da bayram

olarak Ramazan ve Kurban Bayramları yer alırken, önemli gün ve geceler genel olarak ramazan ayı ve kandillerde toplanmıştır. Bu dinî bayramlar, önemli gün ve gecelerin anma ve kutlama zamanları hicri takvime göre belirlenmektedir (Kılıç, 2012: 62). Alkollü içeceklerin tüketimi yasaklanmış, dini gün ve geceler de bu tür yasaklanan davranışlardan arınma ve tüketmenin yol açtığı günahlara karşı bir bağışlanma vesilesi olarak görülmüştür.

Araplarda düğün dolayısıyla verilen yemeğe “velîme” denilmektedir; ancak bu kelimenin sadece düğün yemekleri için değil diğer merasimlerde verilen yemekler için de kullanıldığı görülmektedir (İslam Ansiklopedisi, 2024). Hz. Peygamber, ashab-ı kirama da düğün yemeği vermelerini tavsiye etmiştir. Nitekim Abdurrahman b. Avf'ın evlendiğini duyunca kendisine; “Bir koyun keserek de olsa, düğün yemeği ver.” buyurmuştur (İslam ve İhsan, 2024). Türklerde de bu gelenek devam etmiş, nikâh ve düğün gibi önemli merasimlerde yemek verilmeye özen gösterilmiştir.

Sünnet düğünü, erkek çocukların sünnet edilmelerini kutlamak için tertiplenen merasimi ifade etmektedir. Osmanlı döneminde payitahtın devamı erkek çocuklarla sağlandığından şehzadelerin sünnet düğünleri haftalarca süren büyük şenlikler halinde gerçekleştirilmiştir. Şenliklerde şehzadelerin yanı sıra ülkenin dört bir köşesinden gelmiş yüzlerce çocuk da sünnet edilerek toplu hayır ve sevap ideası güdülmüştür. Sünnetlerde verilen ziyafetler çok büyük boyutlara ulaşmış, bu sebeple düğünden önce büyük ve organize çalışmalar yapılmıştır (Kapanşahin, 2019: 32).

Günümüz her ne kadar küreselleşmenin etkisi altında kalarak tek bir yemek kültürü adı altında toplansa da Türkiye’de hala uygulanan önemli yemek ritüellerinin yansımaları görülmektedir. Örnek vermek gerekirse Türkiye’de evlenme adetleri; beşik kertmesi, kız beğenme, söz kesme, nişanlanma, kına yakma, çeyiz, düğün, gelinlik, damatlık, takı törenleri, müzik, dans, yeme, içme, sofranın kuralları, hamam gelenekleri gibi pek çok ritüelin bir arada uygulandığı törenlerden bazılarıdır. Bunun yanında aşure ritüeli de önemli bir yer tutmaktadır (Kültürel Araştırmalar Vakfı, 2024). Türkiye’de de bölgelere göre değişim göstermekle birlikte yeme-içmeye dayalı çeşitli ritüeller sürdürülmektedir. Kahramanmaraş ilinde doğum yapan kadınlara lohusa şerbeti içirilmesi, bebeğin ilk dişi çıktıktan sonra hedik buğdayının kaynatılıp dağıtılması, ölünün ardından helva kavrulması, düğünlerde ekşili et kabağı sulusu ve döğme pilavının yapılmasıdır. Antalya’da düğün ve cenazelerde helva dağıtılması, Osmaniye’de ise düğünlerde döş doldurması ve tavuk doldurması yemeklerinin yapılması örnek verilebilmektedir (Önçel ve Boz, 2023: 1049). Yapılan araştırmalar doğrultusunda, İslamiyet sonrasındaki süreçte de Şamanist yemek kültürünün izlerinin sürdürüldüğü, hatta bu durumun Şamanist bir kökene dayanmamış olsa bile büyük bir benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Şamanizm inancında yer alan yemek ritüellerini ve bu ritüellerin günümüz kültürel yansımalarını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda Şamanist yemek ritüellerinin tarihsel kökenleri, ritüellerin icra ediliş biçimleri ve bu ritüellerin modern zamanlarda nasıl yaşatıldığı araştırılmıştır. Aynı zamanda, bu ritüellerin günümüz kültüründe nasıl yeniden şekillendiği ve hangi şekillerde devam ettiği üzerinde durulmuştur. Bu amaç doğrultusunda, Şamanizm’deki yemek ritüellerinin kültürel belleği koruma ve sürdürülebilirlik açısından önemi de ele alınmıştır.

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tekniğini kullanılmıştır. Doküman analizi, araştırması hedeflenen olgu veya olaylar hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini içermektedir. Bu araştırma türünde veriler literatüre, görsel ve işitsel verilere dayalı

olarak gerçekleştirilmektedir (Sığı, 2022: 484). Doküman analizi önceki bilgi ve teknik birikime dayalı olarak veri çeşitliliğine imkân sunmakta ve araştırmanın zengin bir hâl almasını sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 189). Bu doğrultuda çeşitli veri tabanları taranarak konu ile ilgili kaynaklara ulaşılmıştır. Ulaşılan kaynaklar araştırmanın amacı ve kapsamı doğrultusunda tasnif edilmiş ve dönemlere göre ayrılmıştır. Şamanizm ve yemek ritüelleri ile ilgili ikincil verilere dayalı olarak yapılan literatür araştırması sonucunda konu hakkında bilgiler verilmiş, Şamanizm'in tarihsel süreç içinde nasıl şekillendiği ve yemek ritüellerinin bu süreçteki rolü incelenmiştir. Toplanan veriler betimsel içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir ve bulgular, Şamanizm'deki yemek ritüellerinin tarihsel ve modern boyutlarını karşılaştırmalı olarak ele alacak şekilde düzenlenmiştir. Çalışmanın sonucunda Şamanizm'deki yemek ritüellerinin günümüzdeki yansımaları ve kültürel sürdürülebilirlik açısından önemi değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde Şamanizm yemek ritüelleri, İslamiyet sonrası ve günümüz yemek ritüelleri olmak üzere üç farklı dönemdeki yemek kültürü ve ritüelleri üzerine yapılan incelemelerden elde edilen bulgular ele alınmıştır.

Şamanist inanç sisteminde önemli bir yer tutan iyeler genel itibarıyla, insanları koruyan, bolluk ve bereketi sağlayan, bu sayede toplumsal düzenin sağlıklı işlenmesini ve toplum refahını temin eden ruhlardır (Buluç, 1942: 328; Akt: Mercan, 2018: 45). Tablo 1'de iyelere sunulan yemeklere yer verilmiştir.

Tablo 1. Şamanizm'de İyelere Sunulan Kurbanlar ve Yemekler

Sunulan Yemekler	İyeler					
	Orman İyesi	Su İyesi	Ağaç İyesi	Ateş İyesi	Yer ve Gök İyesi	Dağ İyesi
At				x	x	
Koyun/Koç				x	x	x
Öküz/Sığır				x		
Süt	x	x	x	x	x	
Kımız					x	
Şarap					x	x
Helva	x					
Çörek	x	x	x			x
Haşlanmış Et	x		x			
Tuzsuz Peynir		x		x		
Bitkiler				x		
Yağ		x		x		
Bal	x	x	x			

Ormanlar her zaman önemli bir besin kaynağı konumundadır. Avcı-toplayıcı yaşam biçiminin mirası olarak, insanlar geçimlerini ormandan sağlamışlar; burada hem hayvanları avlamışlar hem de meyveleri toplamışlardır. Bu sebeple Şamanist inanışlarda ormanlar özel bir yere sahiptir ve bir ruhu olduğuna inanılmaktadır. Ancak beslenmelerine olanak sağlayan orman, karanlık bastırıldığında korku duyulan bir alan haline de gelmiştir. Bu sebeple orman ruhu hem iyi hem de kötü karakterde tasvir edilmiştir. Ancak yaygın inanış, iyi olduklarından yanadır. Ormanın iyi

ruhları, avlanmak için ormana gelen avcıyı korumakta ve avın bereketli olmasını sağlamaktadır (İnan, 2000: 3).

Ağaçlar insanlar tarafından çeşitli anlamlar ve sembolik değerler yüklenerek önemli bir yere taşınmış ve hayatı, ölümsüzlüğü, bilgeliği, gücü, kudreti simgeler hale gelmiştir. Ağaçlara atfedilen anlam ve sembolik değerler genel olarak inanca, mitolojiye dayalı olmaktadır (Avşar, 2019: 105). Uygurların ortaya çıkışları ile ilgili efsanede iki ağaç arasında beliren bir dağdan bahsedilmektedir. Bu ağaçlardan biri fesuk, diğeri ise tur ağacı olarak kaydedilmiştir. İki ağaç arasında ortaya çıkan dağın üzerinde gündün güne bir ışık belirmiş ve bu durumu fark eden Uygur halkı bu dağa ve ağaçlara saygı ile yaklaşmıştır (Cüveyni, 1999: 102).

Şamanizm’i benimsemiş topluluklar, ağaç ve orman iyelerine yönelik iyi dileklerde bulunmak ve yardım çağırarak amacıyla adaklar sunmuşlardır. Bu adaklar ritüel şeklinde özenle yerine getirilmiştir (Ögel, 2002: 88). Ağaç ve orman iyelerine sunulan yemekler arasında kutsal sayılan süt, özel olarak hazırlanmış yemekler, tuzsuz çörek, şekersiz helva ve haşlanmış et bulunur. Hazırlanan bu yemekler genellikle ormanın en yaşlı ağacının dibine bırakılır. Daha sonra ağaç ve orman iyelerine özgü dualar edilir ve şarkılar söylenir. Ritüelin sonunda ise ağaç veya orman ruhlarına teşekkür edilirken, bazen ağacın etrafında dönülür veya gövdesine dokunulur (Mansur, 2016: 176).

Suyun, insan ruhunun arındığı, doğanın yenilediği ve yaşamın başladığı bir ortam olarak görülmesi, Şamanizm’deki evrensel motiflerden biridir (Eliade, 1999: 245). Şaman mitolojisinde hayat suda başlar. Nehirler, akış hızı yavaşladığında sakinliğini koruyarak kendilerine yeni ve farklı bir yol ararlar. Nehirler dünyanın yaşayan damarlarıdır; insanın damarlarındaki kan akışı durduğunda yaşamın sona erdiği gibi, nehirler akmadığında dünya ölür. Dünyanın tüm deneyimleri ve hafızası suların içinde saklıdır (Mansur, 2016: 54). Hayatın özü olan su, bütün üretim ve çoğalma gücünü temsil eder. Su olmazsa hiçbir canlı yaşamını sürdüremez. Doğal oluşumların genelinde olduğu gibi suyun da bir ruhu olduğu inancı tüm şaman topluluklarında yaygındır. Su kültürüne göre, büyük akarsuların yanı sıra dereler ve pınarlar da kutsaldır ve kirletilmemelidir (Avşar, 2019: 54). Şamanizm inancını benimseyen topluluklar, su iyesinden yardım istemiş ve dileklerde bulunmuşlardır. Bu amaçla süt, tuzsuz çörek, tuzsuz peynir, yağ ve bal gibi adaklar sunmuşlardır. Bu adaklar genellikle nehir, göl veya pınar gibi su kaynaklarının yakınına bırakılır. Bu adımlar, su iyesine doğrudan saygı gösterme ve ondan korunma isteğini simgeler (Mansur, 2016: 152). Adak sunma sırasında özel dualar edilir ve ilahiler söylenir; bu dualar, su iyesine teşekkür etme ve ondan bereket dileme amacını taşır. Özellikle sıvı adaklar, suyun üzerine dökülerek sunulur; bu hareketler, su iyesine saygının sembolik bir ifadesidir ve ritüelin bir parçasıdır (Mercan, 2018: 78).

İyilikseverliği ile Türk mitolojisinde iyilik tanrısı olarak bilinen, gök cisimlerinin yönetiminden yağmurun, gök gürültüsünün ve şimşeklerin işleyişinden sorumlu olan (Çoban, 2013) Ülgen'e göre, insanlar önceleri meyve ve sebzeyle beslenirken, kış aylarında yiyecek sıkıntısı çekerler. Bu durumu gözlemleyen Ülgen, "Otları hayvanlara bırakın, onlar tüketsin, böylece hayatta kalabilirsiniz. Siz de acıkınca onları avlayıp yiyin, derilerini elbise yapın!" emrini vermiştir. Bu emirle birlikte insanlar et yemeye başlamış ve ateşe ihtiyaç duymaya başlamışlardır. Ateşin nasıl çıkarılacağı da Ülgen tarafından gösterilmiştir. Ülgen, beyaz ve siyah taşları kullanarak ateş çıkarmıştır. Kuru otları ufalayarak bir taşın üzerine koyar ve diğer taşla vurarak çıkan kıvılcımlarla ateşi yakar. Bu şekilde insanlar ateşin nasıl kullanılacağını öğrenmiştir. Özellikle çakmak taşından çıkarılan ateş Altay ve Yakutlar tarafından kutlu kabul edilmiştir. Bu inançla, düğünlerde ve şaman ayinlerinde çakmak taşıyla tutuşturulan ateşler kullanılmıştır (İnan, 2000: 66).

Şamanizm’de ateş her zaman kutsal kabul edilmiştir. Ateş ile tanrı, güneş, ocak, alev, ışık, duman, iyi-kötü ruhtar, hastalık, şifa, ödül, ceza gibi fiziki ve metafizik kavramlarla kurulan bağlantı sayesinde ateş kültü bazen esas bazen ise yardımcı bir unsur olarak Türk inanç dünyası içinde önemli bir yer işgal etmiştir. Ateşin sahip olduğu öneme bağlı olarak yakılış yeri, zamanı, şekli ve nedeni etrafında çeşitli ritüeller gelişmiş ve ateş iyelerine adaklar adanmıştır (Gülyüz, 2019: 201). Kanlı kurbanlar arasında at, koyun, koç, sığır ve öküz yer alırken, kansız kurbanlar tuzsuz peynir, bitkiler ve yağdır. Ateş ritüellerinde ilk adım olarak kutsal bir ateş yakılır ve bu ateş ritüel boyunca korunur ve sürekli yanması sağlanır; çünkü ateşin sönmemesi ritüelin başarısı için büyük önem taşır. Kurban sunma anında, kurbanlar ateşe doğrudan atılarak veya ateşin kenarına bırakılarak sunulur; bu, ruhun arındırılması ve ateş iyesine derin bir saygı gösterilmesi anlamına gelir. Dualar ve ilahiler kurban sunma sırasında önemli bir yer tutar; bu dualar, ateş iyesine şükran ve dileklerin iletilmesi için söylenir. Ateş etrafında yapılan sembolik hareketler ve danslar da ritüelin ayrılmaz bir parçasıdır; ateşin etrafında dönmek ve elleri ateşe doğru açmak, ateşin enerjisini ve kutsallığını paylaşma gibi hareketler özenle yapılır (İnan, 2000: 66).

Yer ve gök iyeleri için yapılan ritüeller hem kanlı hem de kansız olarak ikiye ayrılmaktadır. Gök Tanrı inancına sahip Türklerde kamlar (din adamları), Tanrı Ülgen’e ve gök iyesine boz atları kurban etmişlerdir (Üren, 2015: 70). Boz at kurban edilemediği zamanlarda koyun veya koç tercih edilmiştir. Yer iyeleri için ise her türlü canlı, kurban edilebilir veya şarap sunulabilir olmuştur. Kansız adaklar arasında ise süt, kıymız, şarap, yağ ve bal bulunur. Kurbanlık hayvan dualar eşliğinde kesilir ve genellikle gök iyelerine sunulurken kanı ritüel ateşine atılır veya yüksek bir yere dökülür. Sunum ve tören sırasında topluluk büyük bir saygıyla ve katılımıyla gerçekleştirilir (Çoruhlu, 1998: 156)

Dağ iyelerine yılın belirli zamanlarında ziyaretler gerçekleştirilir ve kurbanlar sunulurdu. Gök Türkler her sene beşinci ayın 10. ve 20. günleri içinde "Altın Dağ"a çıkıp Tanrı'ya ibadet etmek suretiyle hac yaparlar (Tümer, 1993: 82). Dağ iyeleri için yapılan ritüellerde kullanılan adaklar koyun, koç, şarap, çörek, yağ ve bal içerir. Kanlı ritüelde ise üç yaşını dolduran beyaz koçlar kurban olarak seçilir. Ayinler yalnızca erkekler tarafından gerçekleştirilir ve kadınların katılımına izin verilmez. Ayine kısrak ile gitmek yasaktır; eğer bir kısrakla giden olursa, ayin yerine yakın bir yere bırakılır. Katılanlar genellikle arak getirirler. Kurban eti yetersiz olduğunda ise iki yaşında öküzler de kurban edilebilir. Hayvanlar, boğazları kesilmeden önce karınları yarılarak öldürülür, derileriyle birlikte kemikleri kırılmadan ateşte yakılır. Şaman, kostümüyle davul ve tokmağı eline alarak ritüeli yönetir. Ayin öncesinde kayın ağaçlarına asılan şeritlerle çevrelenen etler, doğudan batıya doğru dolaşarak sunulur. Ayin sırasında katılımcılar, kayınlara arakı serper ve ardından etleri yiyip arakı içerler (İnan, 2000: 54; Akt. Mercan, 2018: 48)

Tablo 2’de düğün ve ölüm merasimleri ile atalarının ardından yapılan yemek ritüellerinde ikram edilen yemekler gösterilmiştir.

Tablo 2. Düğün, Ölüm, Ölen Kişinin Ardından Yapılan Yemek Ritüelleri

Yapılan Yemekler	Ölüm	Ataların Ruhu	Düğün
Koyun/Koç	×	×	×
İnek/Öküz	×	×	×
Helva	×	×	
Ballı Kek			×
Ekmek/Kömbe			×
Şarap/Bira/Kıymız	×	×	×

Ölü törenlerinde; ölüye saygı duyulması, ölümden sonraki hayata inanılması ve ölen kişinin sonraki hayatına dair temenni duyulması sebebiyle “yoğ aş” denilen tören yemeği hazırlanır ve ikram edilirdi (İnan, 2000: 210). Ölen kişilerin ardından “yoğ aş”ın verilmesi toplumsal bir görev olarak addedilmiş ve bu görev yerine getirildiğinde “yoğladı” denilmiştir (Mandaloğlu, 2012: 224). Şamanlıkta ölüm sonrasında dirilme inancı nedeniyle ölüm başlangıcın sembolü olarak değerlendirilmekteydi (Bars, 2018). Ölen kişinin sevdiği yemekler yapılıp dağıtılır, helvalar pişirilir, kurbanlar kesilir, şarap ve kıymız gibi içecekler içilirdi.

Ataların ruhlarını anmak için yapılan kurban törenlerinde dolunay beklenirdi. Kurban eti pişirilir ve kavurma yapılıp insanlara dağıtılırdı. Kanlı kurban dışında helva, şarap, kıymız gibi alkollü içecekler mezarlara götürülür ve ruhunu anarlardı. Kansız kurban olarak hayvan sürülerinin ve kırsakların ilk sütünün, yemekte ise her lokmanın atalarına sunulması bir ritüel olarak yapılırdı (Mercan, 2018: 34).

Düğün ritüellerinde “saçı” geleneği ve buna bağlı uygulamalar büyük bir öneme sahiptir. Başlangıçta süt, kıymız ve hayvan yağı gibi adaklarla yapılan saç, zamanla darı, buğday, pirinç ve çeşitli meyvelerle genişlemiştir. Delikanlının evlenme kararı aldığı “Kam ayını”nda atların koruyucu ruhu için kurbanlar sunulur ve insanlara dağıtılmıştır. Gelinin, baba evinden güvevin evine götürülmesinde küçük çocuklara tahıl taneleri saçılmıştır. Nikâh kıyma törenlerinde ise sunulan yiyecekler ve içecekler arasında bal ile tatlandırılmış kek de bulunur. Bu adaklar, bolluk, bereket ve uğur simgesi olarak değerlendirilmiştir (Mansur, 2016: 78).

Şamanist inanışta doğum olayları, hayatın bir parçası olarak sıradan görülebilmekle birlikte çeşitli anlamlar yüklenerek mucizevi şekilde karşılandığı da olmuştur (Avşar, 2019: 180). Tablo 3’te doğum ritüellerinde yer alan yiyecek ve içecekler incelenmiştir.

Tablo 3. Doğum Ritüelleri

Sunulan Yemekler	Doğum Öncesi	Doğumda	Doğum Sonrası
Kurban Eti	×	×	
Balık	×		×
Tavuk	×		×
Süt	×	×	×
Tahıl	×		×
Üzerlik Otu		×	
Şifalı Su	×		×
Kavut			×

Doğumun kutsal kabul edilmesi, özel ritüellerin düzenlenmesini gerektirir ve genellikle şenlikler, kutlamalar ve ziyafetlerle taçlandırılır. Doğum öncesinde anne adak adadıysa, genellikle kurban keser ve etini dağıtır; balık, tavuk, süt, tahıl gibi besinleri tüketerek kendini güçlendirir. Doğum sırasında annenin rahatlaması için genellikle üzerlik otu kaynatılıp içirilir. Doğumdan hemen sonra ise kurbanlar kesilir ve etleri insanlara dağıtılır (Öger, 2012: 1685).

Yakutların doğum kutlama ritüelini Şener: “Çocuk doğduğunda yağlı yemekler hazırlanır, bir kurban kesilir. Kurban edilen hayvanın kafası kırmadan pişirilir ve kemikleri bir kaba doldurularak ormanda bir ağaca asılır.” şeklinde anlatmaktadır (Bozdemir, 2019: 43). Doğum sonrasında ise annenin güçlenmesi için genellikle kavut adı verilen, besleyici buğday unu ile

yapılan bir tür bulgur pilavı veya kavurma benzeri yemek pişirilir ve annenin tüketmesi sağlanır (Avşar, 2019: 140).

Tablo 4'te, İslamiyet'i benimsemiş Türk boylarının dini açıdan önem taşıyan günlerde yer alan yemek ritüelleri incelenmektedir. Bu dönem, Selçuklu, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerini kapsamaktadır.

Tablo 4. İslamiyet Sonrası Yemek Ritüelleri

Dini Günler	Et Yemekleri	Pilavlar	Tatlılar	Hamur İşleri	Şerbetler	Aşure
Kurban Bayramı	×	×	×	×	×	
Ramazan Bayramı		×	×	×	×	
Kadir Gecesi			×	×	×	
Muharrem Ayı						×
Miraç Kandili			×	×	×	
Mevlit Kandili			×	×	×	
Regaip Kandili			×	×	×	
Berat Kandili			×	×	×	

Ramazan Bayramı ve Kurban Bayramı, İslam dininde yer alan iki önemli gündür. Kurban Bayramı'nda Müslümanlar, İslam'ın bir buyruğu olarak kurban keser ve etini yoksullara dağıtır. Kendi hanelerine düşen payı ise aile üyeleriyle yedikleri gibi yemekler yaparak gelen misafirlere de ikram etmektedir. Ramazan Bayramı ise, Ramazan ayını oruçlu geçiren Müslümanların bir sevinç, paylaşma ve affedilme kapısı olarak görülmektedir. Bayramlarda Müslüman beldelerinde çeşitli hazırlıklar yapılmakta, evlerde ikramlıklar hazırlanmakta ve misafirlere takdim edilmektedir.

Muharrem ayı, İslam inancında önemli bir yer tutar. Hz. Muhammed (S.A.V.)'in tavsiyesi üzerine Muharrem ayının 10. gününde aşure pişirilir ve bu tatlı, komşularla, akrabalarla ve ihtiyaç sahipleriyle paylaşılır. İslam inancında, Hz. Nuh'un tufandan sonra gemiden çıkması ve Hz. Musa'nın Kızıldeniz'i geçişi gibi olayların da bu ayda yaşandığı anılmaktadır. Miraç, Mevlit, Regaip ve Berat kandilleri gibi diğer önem taşıyan günlerde de geleneksel olarak pilavlar, hamur işleri ve şerbetler hazırlanarak insanlar arasında kutlamalar yapılır. Osmanlı döneminde ise bu kutlamalar sırasında genellikle halka lokma dağıtımı yapılmıştır, bu da toplumsal dayanışmayı ve birlik duygusunu pekiştiren bir uygulamadır.

Tablo 5'te İslamiyet sonrası Şamanizm izleri taşıyan Türk topluluklarında doğum, ölüm, sünnet ve düğün merasimlerinde yer alan yiyecek ve içecekler incelenmiştir.

Doğum ritüellerinde annenin doğum yaptıktan sonra güçlenmesi ve sütünün artması için lohusa şerbeti yapılmaktadır. Doğum sonrası dağıtılan diğer yemekler arasında helva, tatlılar ve çeşitli şerbetler bulunmaktadır. Tatlı olarak genellikle lokma dağıtımı yapıldığı gözlemlenmiştir.

İslamiyet öncesi Şamanizm inancını sürdüren topluluklarda ölen kişinin ardından da yemeklerin verilmeye devam ettiği görülmüştür. Helva genellikle kavru olarak dağıtılmıştır. Ölen kişinin 40'ının çıkışında ise et yemekleri, pilavlar, keşkek, çorba, tatlı, helva ve şerbet gibi çeşitli yemekler pişirilip çevredeki insanlara ikram edilmiştir.

Tablo 5. İslamiyet Sonrası Yemek Ritüelleri

	Doğum	Ölüm	Sünnet	Düğün
Lohusa Şerbeti	×			
Helva	×	×		
Keşkek		×		
Çorba		×	×	×
Tatlılar	×	×	×	×
Et Yemekleri		×	×	×
Pilav		×	×	×
Şerbetler	×	×	×	×

Sünnet olgusu, İslamiyet'in kabulünden sonra ortaya çıkmıştır ve erkek çocuklarının hayatındaki önemli bir dönüm noktası olarak görülmüştür. Sünnet olduğu gün genellikle kurbanlar kesilmiş ve çorba, tatlı, et yemekleri, pilavlar ve şerbetler gibi yemekler dağıtılmıştır.

Düğünler, Şamanizm geleneğinde olduğu gibi topluluk içinde kutlanmaya devam etmiş ve evlenen çiftlere güzel dilekler sunulmuştur. Düğünlerde genellikle kurbanlar kesilmiş ve bu kurban etleri, tatlılar, şerbetler, et yemekleri, pilavlar ve çorbalar gibi çeşitli yemeklerle eşe-dosta ikram edilmiştir. Bu ritüeller, topluluk içinde dayanışmayı, birlik ve beraberliği pekiştirmek amacıyla önemli bir rol oynamıştır.

Tablo 6'da günümüzde uygulanmakta olan yemek ritüelleri hakkında bilgiler sunulmuştur.

Tablo 6. Günümüz Yemek Ritüelleri

	Dini Bayramlar ve Günler	Özel Günler	Doğum	Sünnet	Ölüm	Düğün
Lokma	×		×			
Helva			×		×	
Aşure	×					
Kandil Simidi	×					
Pişi	×					
Lohusa Şerbeti			×			
Pilavlar	×			×	×	×
Lokum			×			×
Börekler/Çörekler	×	×	×	×	×	×
Keşkek				×	×	×
Zemzem	×					
Şeker/Çikolata	×	×	×			×
Sarma/Dolma	×			×		×
Hindi		×				
Etlı Yemekleri	×	×		×		×

Dini bayramlarda ve toplum tarafından önem atfedilen diğer özel günlerde lokma, aşure, kandil simidi, pilav, börek, çörek, zemzem, şeker, çikolata, sarma dolma, et yemekleri gibi çeşitli

yemekler pişirilmiştir. Recep ayının ilk günü çocukların kapı kapı dolaşarak şeker, çikolata gibi ürünleri toplamasından oluşan, çocukların eğlenmesine, kaynaşmasına vesile olan Şivlilik (Görgülü, 2018: 66) toplumsal bir paylaşım ritüeli olduğu düşünülmektedir.

Yılbaşı, evlilik yıl dönümü, sevgililer günü gibi özel günlerde ise şeker, çikolata, hindi, etli yemekler, börekler ve çörekler gibi çeşitli lezzetlerin sıklıkla paylaşıldığı tespit edilmiştir. Bu günlerde yemeklerin hazırlanması ve dağıtılması, toplum içindeki birlik ve dayanışma duygusunu pekiştiren önemli adımlardır.

Doğumun gerçekleşmesinin ardından gelen ziyaretçilere şeker ve karanfilden yapılan lohusa şerbeti ikram edilirdi. Yakın çevreden başlayarak çocuğun dünyaya geldiğini insanlara müjdelemek amacıyla sunulan lohusa şerbeti, aynı zamanda çocuğun cinsiyetinin yakınlarla duyurulmasına da aracılık eder (Ediz, 2015: 473), ayrıca lokma, helva, lokum, börek, çörek, şeker ve çikolata gibi tatlıların dağıtıldığı görülmüştür. Bu yemekler, yeni doğanın ailesi ve yakınları tarafından paylaşılmasıyla sosyal bağları güçlendiren bir rol oynamaktadır.

Sünnet düğünleri ve diğer düğünlerde ise yöresel geleneklere göre değişen yemekler pişirilip, et yemekleri, pilav, sarma, dolma, börek, çörek, şeker ve çikolata gibi yiyecek ve içecekler ikram edilmiştir. Afyon ilinde yapılan sünnet düğünlerinde pilav üstü et ve Özbek pilavı, hoşaf, börek, tatlı veya mevsimine göre meyve, bamya ikram edilmektedir (Baytok vd., 2013: 20). Bu ritüeller, aile içi ve toplumsal birliği simgeleyen önemli etkinlik alanları olmaktadır. Ölüm zamanında ise ölen kişinin ardından dağıtılan yemekler bölgelere göre çeşitlilik gösterse de genellikle törene katılanları doyurmaya yönelik yiyecek türlerinden oluşur. Bu yemeklerin verilmesi de belirli günlerde olmaktadır (3, 7, 20, 40, 52, sene-i devriye vb.) (Bayat ve Cicioğlu, 2008, 147). Bu yemekler, toplumda ölüm ve ölüm sonrası süreçlere dair bir anlayışı ve paylaşımı yansıtmakta, böylece sosyal dayanışmayı pekiştirmektedir.

Tablolar incelendiğinde Şamanizm'in etkileri, İslamiyet sonrası Türk kültüründe ve günümüz Anadolu'sunda hala varlığını sürdürdüğü anlaşılmaktadır. Ölü ritüellerine, kurban sunumlarından kansız kurban uygulamalarına, içki ritüellerinden doğum ve düğün adetlerine kadar pek çok alanda Şamanist izler görülmektedir.

SONUÇ

Çalışmada, Şamanizm'in ritüellerinde önemli bir yer tutan kurban sunumu, topluluk üyelerinin ortak katılımıyla gerçekleştirilen kolektif bir etkinlik olarak incelenmiştir. Kurban ritüelleri, topluluğun birliğini ve dayanışmasını pekiştirirken, inançların ve kültürel belleğin aktarılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Kurban edilen hayvanların türleri, ritüellerin gerçekleştirildiği mekanlar ve kullanılan semboller, Şamanizm'in zengin ve çeşitli ritüel pratiğinin birer yansımasıdır.

Şamanizm'in temel unsurlarından biri olan doğa ile kurulan bağ, ritüellerin merkezinde yer alır. Orman, ağaç, su ve ateş iyelerine sunulan adaklar, bu unsurların kutsallığını ve topluluk için taşıdığı hayati önemi göstermektedir. Doğanın ruhani varlıklarla dolu olduğu inancı, Şamanizm'de ritüel uygulamaların çeşitliliğine ve sembolik anlamlarına yansımaktadır. Bu ritüeller, avcı-toplayıcı yaşam biçiminden tarım toplumlarına geçiş sürecinde de önemli bir yer tutmuş ve toplulukların dini ve sosyal yaşamını şekillendirmiştir.

Yemek ritüelleri, Şamanizm'den İslamiyet'e geçiş sürecinde de devam etmiş, Türk topluluklarının kültürel belleğinde derin izler bırakmıştır. İslamiyet'in kabulünden sonra da Şamanizm'in izlerini taşıyan ritüel pratikler, yemekler ve kurban sunumları topluluk içinde yaşatılmaya devam etmiştir. Bu durum, kültürel belleğin sürdürülebilirliği açısından önemli bir

gösterge'dir. İslamiyet sonrasında, dini bayramlar, sünnet, düğün ve ölüm ritüelleri gibi toplumsal olaylarda da yemek ritüellerinin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir.

Günümüzde, geleneksel yemek ritüelleri, küreselleşen dünyanın getirdiği tekipleşme tehdidine karşı kültürel çeşitliliğin korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Şamanizm'den günümüze kadar uzanan bu ritüeller, toplumsal dayanışmayı ve ortak kimlik duygusunu pekiştirerek, kültürel belleğin sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktadır. Örneğin, günümüzde ölünün ardından yapılan yemek ve dua ritüelleri, Şamanist inançlarla benzerlikler taşımaktadır. Kurban kavramı, İslamiyet'ten önceki Türk boylarında da önemli bir yere sahipti ve bu uygulama İslamiyet sonrası dönemde devam etmiştir. Kansı'z kurbanlar gibi ritüeller, doğanın ruhlarına adak sunma geleneğinin bir parçası olarak günümüze kadar gelmiştir. Alevî ve Bektaşî tarikatlarındaki içki ritüelleri, doğrudan Şaman ayinlerinin bir yansımasıdır. Doğum, düğün gibi hayatın önemli dönüm noktalarında yapılan ritüellerde de Şamanizm'in etkileri açıkça görülmektedir. Bu ritüellerin; toplumsal paylaşımı, birlik ve dayanışmayı güçlendirdiği, aynı zamanda geçmişle bağları canlı tutarak kültürel mirası devam ettirdiği söylenebilir. Şamanist uygulamaların İslamiyet'le harmanlanarak sürdürülmesi, Türk kültürünün zengin ve çok katmanlı yapısının bir göstergesidir. Bu bağlamda, Şamanizm'in izlerinin Türk kültüründe derin bir şekilde yer aldığını ve günümüz ritüellerine kadar etkisini koruduğu söylenebilmektedir.

Sonuç olarak, Şamanizm ve onunla bağlantılı yemek ritüelleri, toplulukların inanç sistemlerinin ve kültürel değerlerinin birer yansıması olarak, geçmişten günümüze taşınan önemli miraslar arasında yer almaktadır. Bu mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması, kültürel çeşitliliğin ve toplumsal dayanışmanın devamlılığı açısından büyük bir öneme sahiptir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

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

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onay: 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: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Akgün, E. (2007). Şamanist Türk Halklarında Kurban Sungusu ve Kendisine Kurban Sunulan Varlıklar, *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2): 140-141.

Alp, K. Ö., ve Mutlu, S. (2021). Şaman Sembollerinin İşlev ve Anlam Kodları, *Motif Akademi Halkbilim Dergisi*, 14(35): 1008-1028.

Artun, E. (2005). *Türk Halk Bilimi*. Adana: Karahan Kitapevi.

Avşar, Y. (2019). *Türk ve Moğollarda Şamanist İnanç Sisteminin Mukayesesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.

Bars, M. E. (2018). Şamanizm'den Tasavvufa Şamandan Sufi/Veliye Değişim/Dönüşümler, *Türkbilig*, (36): 167-186.

Bayat, F. (2006). *Ana Hatlarıyla Türk Şamanlığı*. İstanbul: Ötüken Yayınları.

Bayat, F. ve Cicioğlu, M. N. (2008). Türklerde Cenaze Törenleri Bağlamında Mevlid Okuma Geleneği, *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19): 147-155.

- Baytok, A., Pekyaman, A., Yılmaz, H., Başat, T. H., Emren, A., Çelik, T., Çelik E., Kara, A. M., Gürel, N. ve Uyan, M. (2013). *Afyonkarahisar Yemek Kültürü*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları.
- Bozdemir, O. (2019). *Orta Asya Şaman Ritüelleri Sembol ve Objelerini Seramik Formlarda Yorumu*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Buluç, S. (1970). *Şamanizm*. İstanbul: İslam Ansiklopedisi.
- Cüveyni, A. A. (1999). *Tarih-i Cihan Güşâ*. (Çeviren Öztürk, M.) Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Çoban, R. V. (2013). Türk Mitolojisinde İyilik Tanrısı Ülgen'in İnanıştaki Yeri, Tasviri ve Kökeni, *Bilim ve Kültür Dergisi*, 1(1): 192-198.
- Çoruhlu, Y. (1998). *Türk Mitolojisinin ABC'si*. İstanbul: Kabalıcı Yayınları.
- Dağ, F. ve Minez, O. (2022). Türklerde Ölüm ve Yemek Ritüelleri. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12(3): 669-677.
- Ediz, İ. (2015). Osmanlı İstanbul'unda Doğum Ritüelleri, *Antik Çağ'dan XXI. Yüzyıla Büyük İstanbul Tarihi*, 4: 470-475. <https://İstanbultarihi.İst/Assets/Uploads/Pdf/Osmanli-İstanbulunda-Dogum-Rituelleri-136.Pdf>
- Eliade, M. (1999). *Şamanizm*. (Çeviren Birkan, İ.) Ankara: İmge Kitapevi.
- Eroğlu, T. ve Kılıç, H. (2010). Türk İnançları ve İnanışlar. *Journal of Social Policy Conferences*, (49): 750-770.
- Eroz, M. (1980). *Türklerde Kansız Kurban Geleneği Kültürü*. Ankara: Türk Kültür Yayınevi.
- Ersürel, Ü. (2009). *Türk Kültüründe Şamanizm İzleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.
- Gömeç, S. (1998). Şamanizm ve Eski Türk Dini, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(4): 38-50.
- Görgülü, D. (2018). Konya'da Aşure, Şivlilik ve Fener Alayı Geleneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(12): 66-82.
- Güçlüer, S. B. (2024). *Türkiye'de Neo-Şamanik Ritüeller ve Müzik*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar Üniversitesi, Ankara.
- Gülyüz, B. G. (2019). İslam Öncesi Türk Kültüründe Ateş ve Ateşe Hükmedenler (Maddi Kültür İzleri Işığında), *Trakya Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 9(17): 201-223.
- Harvey, G. (2015). Religion and food, religions as foodways, REVER - Revista de Estudos da Religião, 15(1), 80-92.
- Herrmans, I. (2021). Ritual sociality and the limits of shamanic efficacy among the luangans of Indonesian Borneo, *Anthropological Forum*, 31(1), 49-63. <https://doi.org/10.1080/00664677.2021.1886903>
- İnan, A. (2000). *Tarihte ve Bugün Şamanizm*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- İslam Ansiklopedisi. (2024). *Düğün*. <https://İslamansiklopedisi.Org.Tr/Dugun#1> [Erişim Tarihi: 05.06.2024].

İslam ve İnsan (2024). *İslam'da Düğün Yemeği Var mıdır?* <https://www.İslamveihsan.Com/İslamda-Dugun-Yemegi-Var-Midir.Html> [Erişim Tarihi: 05.06.2024]

Kalafat, Y. (1990). *Doğu Anadolu Eski Türk İnanç İzleri*. Ankara: Türk Kültür Araştırmaları.

Kapanşahin, M. (2019). Kanunî Sultan Süleyman'ın Çocuklarının Sünnet Düğününde Oynanan Oyunlar. *New Era International Journal of Interdisciplinary Social Researches*, 4: 30-49.

Kılıç, S. (2012). *Türk Halk İnanışlarında Yiyecek ve İçecekler*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, Elazığ.

Krasilnikov, P., Agadzhanova, N., Kryukova, I., and Smirnova, E. (2023). Soil in the Shamanism Mythology and Rituals in Northern Eurasia. (In: Patzel, N., Grunwald, S., Brevik, E.C., Feller, C. eds) *Cultural Understanding of Soils*, pp.117-133. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-13169-1_5

Kültürel Araştırmalar Vakfı. (2024). *Aşure Ritüeli*. <https://Kultur.Org.Tr/Portfolio/Asure/> [Erişim Tarihi: 05.06.2024].

Mansur, A. (2016). *Şamanın Gözü*. İstanbul: Destek Yayınları.

Mandaloğlu, M. (2012). İslamiyet'ten Önce Türklerde Toplantı ve Törenler, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 162(162): 211-232.

Mercan, T. (2018). *Şamanlık ve Şaman Şifacılığı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Mithen, S. (2022). Shamanism at the transition from foraging to farming in Southwest Asia: sacra, ritual, and performance at Neolithic WF16 (southern Jordan), *Levant*, 54(2), 158-189. <https://doi.org/10.1080/00758914.2022.2104559>

Murtezaoğlu, S. (2012). Kültürel Belleğin Ritüel Yoluyla Kuruluşu, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 5(9): 344-350.

Ocak, A. Y. (2014). *Osmanlı Toplumunda Zındıklar ve Muldihler*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Ögel, B. (2002). *Türk Mitolojisi: Kaynakları ve Açıklamaları ile Destanlar (Cilt I)*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Öger, A. (2012). Uygur Türkleri Doğum Adetleri. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(1): 1679-1694.

Önçel, S. ve Boz, H. C. (2023). Türk Mutfağında Yemek Kültürü ve Yemek Ritüelleri Üzerine Bir Araştırma: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Web Siteleri Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(2): 1043-1059.

Örnek, S. V. (1962). İlkelerde Dinsel Temel Kavramlara Genel Bir Bakış. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 20(3-4): 255-261.

Pi-Shi, Y. C. (1986). *Moğolların Gizli Tarihi*. (Çeviren Temir, A.) Ankara: Tarih Kurumu Basımevi.

Radlof, W. (2008). *Türklük ve Şamanlık*. İstanbul: Örgün Yayınevi.

Sıgır, Ü. (2022). Nitel Araştırma Yöntemleri, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, içinde (ss. 471-518). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Tanyu, H. (1976). Türklerde Ateşle İlgili İnançlar. *I. Uluslararası Türk Folklor Kongresi Bildirileri Kitabı, Cilt. IV, Gelenek, Görenek ve İnançlar*, (ss. 283-305).

Tuna, E. (2000). *Şamanlık ve Oyunculuk*. İstanbul: Okyanus Yayıncılık.

Tümer, G. (1993). *Dinler Tarihi*. Ankara: Ocak Yayınları

Üren, U. (2015). Türklerde At Kurbanı ve Dede Korkut'taki İzleri. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 15(2): 65-74.

Yavuzer, H. (2019). Türk Kültüründe Kurban Kültü ve 'Misafir Kurbanı', *Aydın Türklük Bilgisi*, 5(2): 141-147.

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

İhracat Pazarlamasında Kültürel Farklılıkların Yönetimi: Yerel ve Küresel Perspektifler

Cihangir Fikri SAATÇIOĞLU, Bağımsız Araştırmacı, e-posta: c.f.saatcioglu@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-1889-2584>

Öz

İhracat pazarlamasında bulunan işletmelerin geliştirmiş oldukları ürünlerin piyasada başarılı olmamasının en önemli sebeplerinden biri olarak tüketici davranışlarının kültürel bakış açılarının bilinmemesi olarak belirlenmiştir. İhracat pazarlaması içerisinde işletmelerin başarılı olabilmesinin en önemli şartı diğer kültürleri anlamasından geçmektedir. Tüketicilerin satın alma davranışlarını kültürel faktörlerin dolaylı ve doğrudan etkilediği görülmektedir. Günümüzde tüketici davranışları ve tüketicilerin kültürel farklılıklarının tam olarak algılanamadığı belirlenmiştir. Yapılmış olan bu çalışmada tüketici davranışlarının kültürel bakış açısı üzerindeki etkisi incelenerek, ihracat pazarlamasında kültürel farklılıkların yönetimi ve etkisi yorumlanmıştır. Bu nedenle İstanbul'da bulunan 150 tüketici örneklem seçilerek çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda kültürün tüketici davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Tüketici davranışlarının kültürel bakış açısını olumlu yönde etkilediği, ihracat yapılan ülkelerdeki bireylerin eğitim düzeyleri ve etnik kökenleri ile tüketici davranışları ve kültürel bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu, bununla birlikte, bireylerin yetiştirildikleri coğrafi bölge ile tüketici davranışları ve kültürel bakış açıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışı, Kültür, Kültürel Farklılıklar.

Makale Gönderme Tarihi: 10.03.2025

Makale Kabul Tarihi: 04.05.2025

Önerilen Atıf:

Saatçioğlu, C. F. (2025). İhracat Pazarlamasında Kültürel Farklılıkların Yönetimi: Yerel ve Küresel Perspektifler, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(5): 352-370.



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

2025, 8(5): 352-370. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1541](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1541)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Managing Cultural Differences in Export Marketing: Local and Global Perspectives

Cihangir Fikri SAATÇIOĞLU, Independent Researcher, e-mail: c.f.saatcioglu@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-1889-2584>

Abstract

It has been determined that one of the most important reasons why the products developed by the enterprises in export marketing are not successful in the market is that the cultural perspectives of consumer behaviour are not known. The most important condition for businesses to be successful in export marketing is to understand other cultures. It is seen that cultural factors indirectly and directly affect the purchasing behaviour of consumers. Today, it has been determined that consumer behaviours and cultural differences of consumers are not fully perceived. In this study, the effect of consumer behaviour on cultural perspective is examined and the management and effect of cultural differences in export marketing is interpreted. For this reason, 150 consumers in Istanbul were selected as a sample. The results of the study show that culture has a significant effect on consumer behaviour. It has been determined that consumer behaviour positively affects the cultural perspective, there is a significant relationship between the education levels and ethnic origins of individuals in the exporting countries and consumer behaviour and cultural perspectives, however, there is no statistically significant relationship between the geographical region where individuals are raised and consumer behaviour and cultural perspectives.

Keywords: Consumer Behaviour, Culture, Cultural Differences.

Received: 10.03.2025

Accepted: 04.05.2025

Suggested Citation:

Saatçioğlu, C. F. (2025). Managing Cultural Differences in Export Marketing: Local and Global Perspectives, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(5): 352-370.

GİRİŞ

İşletmelerin uluslararası alan içerisinde başarılı olabilmeleri için ihracat pazarlamasında kültürel farklılıklar kritik bir öneme sahiptir. Tüketicilerin satın alma davranışlarını, tercihleri ve markalarla olan etkileşimlerini kültürel unsurlar doğrudan etkileyebilmektedir. İhracat pazarlaması içerisinde kültürel farklılıkları göz ardı etmek, marka itibarının zedelenmesine ve pazar kaybına yol açabilmektedir. Markaların küresel pazar içerisinde sürdürülebilir şekilde büyümesinin sağlanması için kültürel farkındalığın göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Yapılan araştırmanın amacı; ihracat pazarlamasında kültürel farklılıkların yerel ve küresel perspektif altında incelenmesini sağlayarak yönetimini ortaya koymak olarak belirlenmiştir.

İHRACAT PAZARLAMASI

Literatürde ihracat pazarlaması, dinamik bir süreç olarak ele alınmakta ve bu süreç çeşitli faktörler çerçevesinde incelenmektedir. Madsen (1989) tarafından yapılan çalışma, ihracat başarısı veya performansının firma özellikleri, ihracat pazarlama politikaları ve pazar özellikleri gibi unsurlarla ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, ihracat pazarlama sürecini anlamak için üç temel kavramsal değişken belirlenmiştir: ihracat pazarlama politikası, firma özellikleri ve pazar özellikleri. İhracat pazarlama politikası, planlama ve kontrol, pazar politikasının adaptasyonu, pazarlama fonksiyonlarının içselleştirilmesi, fiyat rekabetçiliği, ürünün rekabet gücü, dağıtım kanalı desteği ve iletişim yoğunluğu gibi alt unsurlardan oluşmaktadır. Bu faktörler, firmanın uluslararası pazarlarda nasıl bir strateji izlediğini ve pazarlama faaliyetlerini nasıl yönettiğini gösterir. Firma özellikleri ise firmanın sahip olduğu kaynaklar, üst yönetimin ihracata verdiği destek, firmanın ihracat tecrübesi, teknolojik kapasitesi ve bilgi birikimi gibi unsurları içermektedir. Bu özellikler, firmanın uluslararası pazarlarda ne kadar etkili olabileceğini belirleyen temel faktörlerdir. Pazar özellikleri ise ihracat pazarına olan fiziksel mesafe, pazarın çekiciliği, kültürel ve psikolojik mesafe ile iç pazarın çekiciliği gibi unsurlardan oluşmaktadır. Bu faktörler, firmanın hedef pazarı ne kadar iyi tanıdığını ve bu pazara ne ölçüde uyum sağlayabileceğini gösterir. Madsen'in (1989) çalışması, bu üç temel değişkenin ihracat başarısı üzerindeki etkisini vurgulayarak, ihracat pazarlama sürecinin karmaşık ve çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çerçeve, firmaların uluslararası pazarlarda başarılı olabilmek için hem içsel kapasitelerini hem de pazar dinamiklerini dikkate almaları gerektiğini göstermektedir. Çavuşgil ve Naor (1987) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, ihracat pazarlama faaliyetlerine ilişkin yönetsel ve firma temelli unsurlar detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu çalışmada, ihracat sürecini anlamak ve analiz etmek için dört temel kavram üzerinde durulmuştur: algılanan ihracat çekiciliği, karar vericilerin özellikleri, ihracat faaliyeti için gerekli kaynak katılımı ve özgün firma avantajları. Bu kavramlar, ihracat pazarlama stratejilerinin şekillenmesinde kritik bir rol oynar. Çalışma da, bu ana kavramların alt unsurları da detaylandırılmıştır. Örneğin, özgün firma avantajları kapsamında; ürünle ilgili faktörler, iç pazarın genişlemesi, dağıtım tecrübesi, teknolojik eğilimler, yönetim tecrübesi ve firma ölçeği gibi unsurlar ele alınmıştır. Bu faktörler, firmanın uluslararası pazarlarda rekabet edebilme kapasitesini belirleyen temel özelliklerdir. Ayrıca, kaynak katılımı kavramı altında; ihracat pazar araştırması, yabancı pazarla ilgili bilgilerin toplanması, yabancı pazarın potansiyelinin değerlendirilmesi gibi unsurlar incelenmiştir. Bu unsurlar, firmanın ihracat faaliyetlerine ne kadar kaynak ayırdığını ve bu süreçte ne kadar hazırlıklı olduğunu gösterir. Karar vericilerin özellikleri ve ihracat pazarının çekiciliği arasında ise; büyüme ve gelişmeye odaklanma, risk alma eğilimi, uluslararası yönelim ve ihracattan kar beklentisi gibi faktörler öne çıkmaktadır. Bu faktörler, firma yönetiminin ihracat faaliyetlerine yaklaşımını ve uluslararası pazarlara açılma konusundaki istekliliğini yansıtır. Çavuşgil ve Naor'un (1987)

çalışması, ihracat pazarlama sürecinin yalnızca firma içi faktörlerle değil, aynı zamanda pazar dinamikleri ve yönetsel kararlarla da şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, firmaların ihracat stratejilerini belirlerken hem içsel kapasitelerini hem de dış pazar koşullarını dikkate almaları gerektiğini vurgulamaktadır. Bu tür bir bütünsel yaklaşım, ihracat başarısını artırmada önemli bir rol oynar. İhracat pazarlaması faaliyetleri, fonksiyonlar arası bir etkileşimin sonucu olarak ortaya çıkmakta ve bu faaliyetler birbirini karşılıklı olarak etkilemektedir. Bu süreçte, yönetsel anlamda destekleyici bir faktör olarak ihracat katılımı öne çıkmaktadır. Yönetimin ihracata katılma isteğinin artması, firma içindeki farklı birimler arasındaki bağlantıları güçlendirerek, ihracat süreçlerinin daha etkili ve koordineli bir şekilde yürütülmesine katkı sağlamaktadır. Cadogan vd., (2005) yaptığı çalışmalar da bu durumu desteklemekte ve yönetimin ihracata olan ilgisinin artmasının, fonksiyonlar arası iş birliğini ve iletişimi güçlendirdiğini ortaya koymaktadır (Cadogan vd., 2005:522). Bu bağlamda, yönetim desteği ve ihracata olan yönelim, firmanın uluslararası pazarlarda başarılı olabilmesi için kritik bir rol oynamaktadır. Yönetimin ihracat süreçlerine aktif katılımı, firma içindeki kaynakların daha verimli kullanılmasını, stratejik kararların daha hızlı alınmasını ve pazarlama faaliyetlerinin daha etkili bir şekilde yönetilmesini sağlar. Bu durum, özellikle KOBİ'ler gibi kaynakları sınırlı olan işletmeler için büyük önem taşımaktadır. Yönetimin ihracata olan ilgisi ve katılımı, firmanın uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırarak, sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur.

İhracat pazarlaması alanında yapılan erken dönem çalışmalar incelendiğinde, Young (1995) tarafından gerçekleştirilen araştırma öne çıkmaktadır. Bu çalışmada, ihracat pazarlamasının kavramsal ve ampirik gelişimleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Young'ın çalışmasında, kavramsal gelişmeler açısından içselleştirme, uluslararasılaşma ve A modelleri gibi yaklaşımların öne çıktığı belirtilmiştir. Ayrıca, politika uygulamaları bağlamında ihracat teşvikleri ve destek mekanizmalarının önemli bir rol oynadığı vurgulanmıştır (Young, 1995:14-15). Bu bulgular ışığında, ihracat pazarlama faaliyetlerinin temel olguları olarak firma özellikleri, ürün, yönetim, yabancı pazar dinamikleri ve iç pazar koşulları gibi unsurların belirginleştiği görülmektedir. Bu faktörler, ihracat süreçlerinin başarısını doğrudan etkileyen ve firmaların uluslararası pazarlarda rekabet gücünü belirleyen temel unsurlardır. Young'ın çalışması, ihracat pazarlamasının hem teorik hem de pratik boyutlarını bir araya getirerek, bu alandaki gelişmelerin daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunmuştur. Bu çerçevede, firmaların ihracat stratejilerini şekillendirirken hem içsel kapasitelerini hem de dış pazar koşullarını dikkate almaları gerektiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, devletlerin ihracat teşvikleri ve destek programları gibi politikalarının, firmaların uluslararası pazarlara açılma süreçlerinde kritik bir rol oynadığını da göstermektedir. Bu tür bir bütünsel yaklaşım, ihracat pazarlamasının dinamik ve çok boyutlu yapısını anlamak açısından önemlidir.

Firma özellikleri açısından yapılan incelemelerde, ölçek ve tecrübe gibi unsurların önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Özellikle yönetsel anlamda, firmanın sahip olduğu tecrübenin ihracat başarısı üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Ürün açısından yapılan değerlendirmelerde ise, rekabet gücü sağlayan ürünlerin ön plana çıktığı ve bu tür ürünlerin ihracat süreçlerinde daha fazla dikkate alındığı belirlenmiştir. İhracat pazarlamasının ana bağlantı noktası olarak, ihracat yapma şartları ve hedef pazarın özellikleri büyük önem taşımaktadır. Özellikle, ilgili pazar içerisinde yoğunlaşma ve iç pazarda biriken kümülatif bilginin, ihracat pazarlama faaliyetlerini doğrudan etkilediği görülmektedir (Lages, 2000:34-38). Bu durum, firmaların hem iç hem de dış pazar dinamiklerini dikkate alarak stratejilerini şekillendirmeleri gerektiğini göstermektedir. Yabancı pazarlara ilişkin kavramsallaştırmalar incelendiğinde, fiyat uyarlaması, yabancı müşteri ihtiyaçlarının karşılanması ve pazar şartlarına uygun iletişim politikalarının benimsenmesi gibi unsurların kritik öneme sahip olduğu

görülmektedir. İhracat fiyatlamada konusunda doğru bir uyarılama yapılması ve ürünün hedef pazara uygun şekilde adapte edilmesi, yerel pazarın rekabet tepkisini kontrol altına almayı kolaylaştırmaktadır. Bu tür bir uyum, firmaların uluslararası pazarlarda daha etkili bir şekilde yer almalarını sağlar. Ayrıca, yönetimin ihracat faaliyetlerine aktif katılımı ve bu sürece sağladığı katkı, firmanın tecrübe ve bilgi birikimini artırarak ihracat başarısını olumlu yönde etkilemektedir. Julian ve Ahmed'in (2005) çalışmaları da, yönetimin ihracat süreçlerine dahil olmasının, firmanın uluslararası pazarlarda daha başarılı olmasına katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır (Julian ve Ahmed, 2005:80-82). Bu durum, özellikle KOBİ'ler gibi kaynakları sınırlı olan işletmeler için büyük önem taşımaktadır. Sonuç olarak, ihracat pazarlamasının başarısı, firma özellikleri, ürün stratejileri, yönetim desteği ve hedef pazarın dinamiklerine uyum gibi birçok faktörün bir arada değerlendirilmesine bağlıdır. Bu tür bir bütünsel yaklaşım, firmaların uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırarak sürdürülebilir büyümeyi sağlamalarına yardımcı olur.

Alan yazında yapılan çalışmalar incelendiğinde, ihracat pazarlama kavramının belirli olgularla birlikte ele alındığı görülmektedir. Özellikle, ihracat pazarlama yapabilirliği kavramının bu süreçte önemli bir yer tuttuğu tespit edilmiştir. Boso vd., (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, ihracat pazarlama yapabilirliği, pazar tepkisi ve ürün yenilikçiliği unsurlarının etkileşimi olarak incelenmiştir. Bu etkileşimin, ihracat pazar başarısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Boso vd., 2019:138-139).

İhracat pazarlama yapabilirliği, firmaların uluslararası pazarlarda etkili bir şekilde faaliyet göstermek için gerekli olan yetenekleri ve kaynakları ifade eder. Bu kavram, özellikle pazar dinamiklerine hızlı ve etkili bir şekilde uyum sağlama, ürünlerini yenilikçi bir şekilde sunma ve müşteri ihtiyaçlarına cevap verebilme gibi unsurları kapsar. Boso vd., (2019) çalışması, bu yapabilirliğin, ihracat pazarında başarıyı artırmada kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda, ihracat pazarlama yapabilirliği, firmaların hem içsel kapasitelerini hem de dış pazar koşullarını dikkate alarak stratejilerini şekillendirmelerini gerektirir. Özellikle, pazar tepkisine hızlı uyum sağlama ve ürün yenilikçiliği gibi faktörler, firmaların uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırarak, sürdürülebilir bir büyüme sağlamalarına yardımcı olur. Bu tür bir yaklaşım, ihracat pazarlamasının dinamik ve çok boyutlu yapısını anlamak açısından büyük önem taşımaktadır.

İhracat pazarlaması kavramı, pazarlama olgusunun uluslararası alana aktarılmasıyla birlikte işleyen dinamik bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, ihracat faaliyetlerinde bulunan organizasyonların, pazarlama kavramını ne ölçüde ve hangi içerikte içselleştirdiği büyük önem taşımaktadır. Nakata (2002) tarafından yapılan incelemeler, pazarlamaya uyum sağlayan ihracat firmalarının uygulamalarının pazar odaklı olduğunu ortaya koymuştur (Nakata, 2002:42). Bu durum, firmaların uluslararası pazarlarda başarılı olabilmek için müşteri ihtiyaçlarına ve pazar dinamiklerine odaklanmaları gerektiğini göstermektedir. İhracat pazarlaması yoluyla ihracata katılımın sağlanması için dört temel olgunun harekete geçirilmesi gerekmektedir. Bu olgular şu şekilde sıralanabilir:

İhracat Engelleri: İhracat firmalarının karşılaştığı eylemsel ve yönetsel sorunlar, dış pazara ilişkin engelleyici faktörler olarak ortaya çıkmaktadır. Bu engeller, firmaların uluslararası pazarlara girişini zorlaştırabilir.

İhracat Motivasyonu: Firmaları ihracat yapmaya yönlendiren içsel veya dışsal faktörlerdir. Bu motivasyon, önleyici (proaktif) veya tepkisel (reaktif) şekilde gerçekleşebilir. Örneğin, iç pazarın doygunluğu veya dış pazarlardaki fırsatlar, firmaları ihracata yönlendirebilir.

Uluslararası Pazarlar: Firmaların yabancı pazarlardaki tecrübesi ve bu pazarlara uyum sağlama yeteneği, ihracat başarısını belirleyen önemli bir faktördür. Uluslararası pazarların dinamikleri, firmaların stratejilerini şekillendirmede kritik bir rol oynar.

Başarı Faktörleri: İhracat pazarlarında yer edinme becerisini ifade eder. Bu faktörler, firmanın ürün kalitesi, fiyatlandırma stratejileri, dağıtım kanalları ve müşteri ilişkileri gibi unsurları kapsar.

Barnes vd., (2006) tarafından yapılan çalışmalar, bu dört temel olgunun ihracat başarısı üzerindeki etkisini vurgulamaktadır (Barnes vd., 2006:211-213). İhracat engellerinin aşılması, motivasyonun artırılması, uluslararası pazarlara uyum sağlanması ve başarı faktörlerinin optimize edilmesi, firmaların uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırmada kilit bir rol oynar. Bu çerçevede, ihracat pazarlamasının sadece ürün satışıyla sınırlı olmadığını, aynı zamanda pazar dinamiklerine uyum sağlama, engelleri aşma ve stratejik kararlar almayı gerektiren kapsamlı bir süreç olduğunu göstermektedir. Bu tür bir bütünsel yaklaşım, firmaların uluslararası pazarlarda sürdürülebilir bir başarı elde etmelerine yardımcı olur.

İhracat pazarlaması, temelde bir firmanın ihracat faaliyetlerinin bir yansıması olarak da değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, ihracat pazarlaması yürüten firmaların pazar içindeki konumlanışı, rekabet gücü, benimsedikleri stratejiler ve firmanın kendine özgü özellikleri gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Bu unsurların büyük bir kısmı, firmaların ihracat pazarlamasındaki başarısını doğrudan etkilemektedir (Julian, 2003:215-218). İhracat pazarlaması davranışlarının temelinde ise iki ana faktörün belirleyici olduğu görülmektedir. Bu faktörler, ihracat yapan firmaların temelini oluşturan zemin konuları olarak kabul edilmektedir. Bunlardan ilki, işlem etkinliğidir. Bu kavram, özellikle ihracat yapan firmaların sahip olduğu varlıkların güçlü olmasını ve yabancı pazarlardaki belirsizliklerin kontrol altına alınmasını gerektirir. Ayrıca, gerçekleştirilen işlemlerin sıklığı ve hacmi de bu bağlamda önemli bir rol oynamaktadır. İkinci faktör ise kaynak mevcudiyetidir. Bu unsur, firmanın organizasyonel kapasitesini ve kaynak bağımlılık düzeyini incelemektedir. İhracat sürecinde gerçekleştirilen takas işlemlerinin hangi kanallar ve pazarlar üzerinden yürütüleceği de bu kapsamda değerlendirilen önemli bir konudur (Tesfom vd., 2014:411-412). Bu iki temel faktör, firmaların ihracat pazarlaması stratejilerini şekillendirirken dikkate alınması gereken kritik unsurlar olarak öne çıkmaktadır. İşlem etkinliği, firmanın operasyonel yetkinliklerini ve pazar adaptasyonunu; kaynak mevcudiyeti ise firmanın içsel kapasitesini ve kaynak yönetimini ifade etmektedir. Bu unsurların doğru bir şekilde analiz edilmesi ve uygulanması, ihracat pazarlaması başarısını doğrudan etkilemektedir.

İhracat pazarlaması davranışının bir diğer önemli yansıması, ihracat yapan firmaların pazara yönelik geliştirdikleri stratejik esnekliklerdir. İhracat firmaları, uluslararasılaşma sürecinde belirli pazarlara girerek büyüme stratejisi izleyebildikleri gibi, gerektiğinde bu pazarlardan çekilerek de stratejik adımlar atabilmektedir. Bu durum, ihracat pazarlaması kavramında stratejik manevra kabiliyetinin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Firmaların hangi durumlarda katı bir tutum sergilemesi gerektiği, hangi durumlarda ise esnek davranışının daha uygun olacağı gibi yaklaşımların detaylı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir (Pauwels ve Matthyssens, 2004: 498-499). Bu stratejik esneklik, firmaların uluslararası pazarlarda karşılaştıkları belirsizliklere ve değişen koşullara hızlı bir şekilde uyum sağlamalarını mümkün kılar. Örneğin, bir pazarda beklenen büyüme gerçekleşmediğinde veya rekabet koşulları ağırlaştığında, firmanın bu pazardan çekilerek kaynaklarını daha umut vaat eden pazarlara yönlendirmesi, stratejik bir esneklik örneğidir. Bu tür manevralar, firmaların uzun vadeli başarısı için kritik bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla, ihracat pazarlamasında stratejik esneklik, firmaların hem fırsatları değerlendirme hem de riskleri yönetme konusundaki yeteneklerini ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, firmaların dinamik uluslararası pazarlarda ayakta kalabilmeleri ve rekabet avantajı elde edebilmeleri için vazgeçilmez bir unsurdur.

İhracat pazarlaması, belirtildiği üzere yapabilirlik olgusu üzerine kuruluysa, özellikle ürün geliştirme ve fiyatlama gibi alanlarda bu yapabilirliğin nasıl sağlanacağı teorik olarak incelenmekte ve yorumlanmaktadır. Bu iki unsur, ihracat pazarında firmalara hem markalama avantajı hem de maliyet avantajı sağlamaktadır. Ayrıca, ihracat firmasının, ihracat müşterilerinin beklenti ve tercihlerindeki değişimlere hızlı bir şekilde yanıt verebilme yeteneği de kritik bir öneme sahiptir. Bu yetenek, firmanın maliyet yapısını optimize etmesine, rakipler hakkında bilgi sahibi olmasına ve rekabetçi davranışlar sergilemesine destek olmaktadır (Zou vd., 2003:37-38). Burada bahsedilen unsurlar, temel ihracat pazarlaması stratejilerinin şekillenmesinde iç ve dış faktörlerin ne kadar etkili olduğunu göstermektedir. Ancak bu faktörler, bazen firmalar için engelleyici unsurlar olarak da karşılına çıkabilmektedir. İhracat pazarlama sürecindeki dış engeller, pazar, endüstri ve makro çevre gibi unsurlar üzerinden incelenirken; iç engeller ise yerleşmemiş ürün portföyü, şirketin pazarlama bilgi eksikliği gibi faktörlerle açıklanmaktadır (Tesfom ve Lutz, 2006:264-265). Bu bağlamda, ihracat pazarlaması sürecinde firmaların hem iç hem de dış faktörleri dikkate alarak stratejik kararlar alması gerekmektedir. Dış faktörler, pazar dinamikleri, rekabet koşulları ve makroekonomik çevre gibi unsurları kapsarken; iç faktörler, firmanın ürün yapısı, pazarlama bilgisi ve operasyonel kapasitesi gibi konuları içermektedir. Bu engellerin doğru bir şekilde analiz edilmesi ve yönetilmesi, firmaların ihracat pazarlamasındaki başarısını doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla, hem iç hem de dış engellerin aşılması, firmaların uluslararası pazarlarda rekabetçi kalabilmeleri için büyük önem taşımaktadır.

KOBİ'lerin ihracat süreçlerinin planlanması ve uygulanması, temelde ihracat pazarlaması kavramıyla büyük ölçüde örtüşmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde, bu bakış açısının benimsenmesinin ihracat performansını artırdığı gözlemlenmektedir. İlişkisel pazarlama temeline dayanan ihracat pazarlama mekanizması, taraflar arasında güven, iletişim ve uzun vadeli ilişkilerin kurulmasını sağlayarak, hem stratejik hem de finansal anlamda ihracat performansı üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır (Ural, 2009: 143-144). Bu yaklaşım, KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda daha etkin bir şekilde yer almalarını kolaylaştırmaktadır. İlişkisel pazarlama, sadece işlem odaklı bir bakış açısından ziyade, müşterilerle ve diğer paydaşlarla kurulan sürdürülebilir bağları ön plana çıkarır. Bu sayede, firmalar hem pazar bilgisine daha hızlı erişebilmekte hem de rekabetçi avantajlarını güçlendirebilmektedir. Dolayısıyla, KOBİ'lerin ihracat süreçlerinde ilişkisel pazarlama stratejilerini benimsemesi, yalnızca kısa vadeli kazançlar elde etmekten ziyade, uzun vadeli başarıyı hedefleyen bir yaklaşım sunmaktadır. Bu strateji, firmaların ihracat performansını artırırken, aynı zamanda uluslararası pazarlarda daha güçlü bir konum elde etmelerine de yardımcı olmaktadır.

İhracat pazarlaması faaliyetlerinde bulunan firmaların uluslararasılaşma derecesi, ölçeği ve kapsamı, ihracat pazarlarından elde edilen bilginin performansa dönüştürülmesi sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Uluslararasılaşma derecesi, firmanın pazarla kurduğu etkileşim ve iletişimin bir sonucu olarak şekillenmekte ve bu durum, ihracat pazarı davranışlarını doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda, ihracat pazarlarına duyulan güven, kurulan sosyal etkileşim ve pazara aktif bir şekilde dahil olma çabası, firmaların uluslararasılaşma sürecindeki temel itici unsurlar olarak öne çıkmaktadır (Lin vd., 2014: 407-409). Firmaların uluslararası pazarlarda başarılı olabilmeleri için, yalnızca pazar bilgisi toplamakla kalmayıp, bu bilgiyi stratejik kararlara dönüştürmeleri gerekmektedir. Bu süreçte, pazarla kurulan güçlü bağlar ve sürekli iletişim, firmanın pazar dinamiklerine uyum sağlamasını ve rekabetçi avantaj elde etmesini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, ihracat pazarlarına duyulan güven, firmaların uzun vadeli ilişkiler kurmasını ve pazar payını artırmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, ihracat pazarlaması yapan firmaların, uluslararasılaşma sürecinde yalnızca operasyonel yetkinliklerini değil, aynı zamanda pazarla kurdukları sosyal ve iletişimsel bağları da güçlendirmeleri gerekmektedir. Bu yaklaşım,

firmaların ihracat performansını artırırken, uluslararası pazarlarda daha kalıcı ve etkili bir konum elde etmelerine yardımcı olmaktadır.

İhracat Pazarlamasında Kültürel Farklılıkların Rolü

Kültür, bir toplumu karakterize eden ve onu diğer toplumlardan ayıran sosyal ilişki ve davranış modellerini tanımlamak için kullanılan temel bir kavramdır. Kültür üzerine birçok farklı tanım yapılmıştır ve bu tanımlardan en eski olanlarından biri, Tylor tarafından ortaya konmuştur (McCort ve Malhotra, 2001: 235-236). Tylor'a göre kültür; inanç, bilgi, sanat, gelenek, ahlak gibi unsurları içeren ve bir toplumun üyesi olarak bireyin sahip olduğu karmaşık bir bütündür. Başka bir tanıma göre ise kültür, bir grup insanın kendine özgü yaşam tarzı olarak ifade edilmektedir. Kültür, bireylerin davranışlarını, alışkanlıklarını ve yaşam tarzlarını derinden etkilemektedir. Örneğin, ev ve toplum içerisinde kadın ve erkeğin rolleri, yemek hazırlama ve servis yöntemleri, boş zamanları değerlendirme biçimleri, uyuma ve oturma alışkanlıkları, çalışma şekilleri ve hatta temizlik anlayışı gibi pek çok unsur, kültürel mirasın birer yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır (Runyan ve Steward, 1989:151-152). Kültür, doğuştan gelen bir özellik değildir; bireyler, belirli bir kültüre sahip olarak dünyaya gelmezler. Kültür, doğumdan itibaren başlayan ve sosyalleşme süreci ile kazanılan bir olgudur. Örneğin, bir Alman'ın biradan hoşlanması, bir Amerikalının hamburger sevmesi veya bir Çinlinin pirinç tüketmesi, doğuştan gelen tercihler değil, kültürel süreçlerin bir sonucudur (Phatak, 1988:26). Bu örnekler, kültürün bireylerin yaşam tarzları ve tercihleri üzerindeki derin etkisini açıkça göstermektedir. Dolayısıyla, kültür, toplumların kimliğini şekillendiren ve bireylerin davranışlarını yönlendiren temel bir unsurdur. Hem maddi hem de manevi öğeleri içeren bu karmaşık yapı, toplumlar arasındaki farklılıkları anlamak ve açıklamak için önemli bir araçtır

İhracat pazarlamasında, pazarlama faaliyetlerinin başarıya ulaşması için hedef kitlenin tüm özelliklerinin detaylı bir şekilde analiz edilmesi ve bu analize uygun pazarlama ve tutundurma stratejilerinin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Hedef kitle analizi yapılırken, sosyokültürel, psikografik ve demografik faktörlerin dikkate alınması, pazarlama faaliyetlerinin etkisini ve başarısını doğrudan etkilemektedir. İhracat pazarlamasında hedef kitle analizinde öne çıkan en kritik unsurlardan biri, kültürel farklılıklardır. Kültürel farklılıklar, yalnızca ülkeler arasında değil, aynı ülkenin sınırları içerisinde de farklılık gösteren alt kültürler şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, pazarlama stratejileri geliştirilirken kültür ve alt kültür faktörlerinin titizlikle incelenmesi ve olası hataların önceden tespit edilerek önlenmesi gerekmektedir. Kültür, bireylerin isteklerini, tercihlerini ve davranışlarını şekillendiren temel bir belirleyicidir. Kültür, ideal ve idealleştirilmiş kurallar sistemidir ve toplumsal bütünleşmeyi sağlayan birleştirici bir özelliğe sahiptir (Runyan ve Steward, 1989:153). Bu bağlamda, ihracat pazarlamasında kültürel unsurların doğru anlaşılması ve stratejilere yansıtılması, firmaların uluslararası pazarlarda başarılı olmalarını sağlayan kilit bir faktördür. Kültürel farklılıklara duyarlı bir yaklaşım, hedef kitlenin ihtiyaç ve beklentilerine daha etkili bir şekilde yanıt vermeyi mümkün kılar. Ayrıca, alt kültürlerin varlığı, pazarlama stratejilerinin daha da özelleştirilmesini ve yerel dinamiklere uyum sağlamasını gerektirmektedir. Bu nedenle, kültürel analizlerin derinlemesine yapılması, ihracat pazarlaması sürecinde hata payını minimize ederken, başarı şansını artırmaktadır.

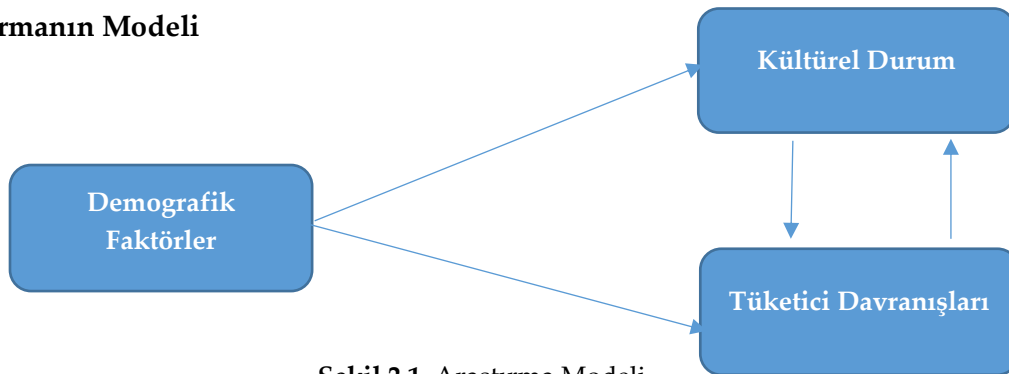
Farklı toplumların politik ve ekonomik yapıları, piyasa sistemleri, dinleri ve diğer kültürel unsurları üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, pazarlamacıların bu pazarları kendi kültürlerinin sabit değerleri ve varsayımlarına göre ölçme ve değerlendirme eğilimine karşı sürekli olarak tedbir almaları gerektiği ortaya çıkmaktadır (Ghauri ve Cateora, 2011). Bu durum özellikle uluslararası pazarlara açılan firmalar için büyük bir önem taşımaktadır. Her toplumun

kendine özgü dinamikleri, inançları ve yaşam tarzları, pazarlama stratejilerinin şekillenmesinde kritik bir rol oynar. Örneğin, bir ülkenin dini inançları, tüketim alışkanlıklarını doğrudan etkileyebilirken, politik yapısı ise piyasa koşullarını ve iş yapma biçimlerini belirleyebilir. Bu nedenle, pazarlamacıların hedef pazarları anlamak için yerel kültürel değerleri, normları ve beklentileri dikkate almaları ve kendi kültürel önyargılarından kaçınmaları gerekmektedir. Bu yaklaşım, firmaların uluslararası pazarlarda daha etkili bir şekilde konumlanmalarını ve hedef kitleyle daha güçlü bağlar kurmalarını sağlar. Aynı zamanda, kültürel farklılıklara duyarlı bir strateji benimsemek, pazarlama faaliyetlerinin başarısını artırırken, olası hataların ve yanlış anlaşılmalara önüne geçmeye yardımcı olur. Dolayısıyla, uluslararası pazarlama sürecinde kültürel unsurların doğru analiz edilmesi ve stratejilere entegre edilmesi, firmaların küresel ölçekte rekabet avantajı elde etmelerini sağlayan temel bir unsurdur.

Kültürel farklılıklar, hedef kitlelerin reklamlardan beklentilerini ve algılarını önemli ölçüde değiştirebilmektedir. Örneğin, Amerikan kültüründe reklamlar genellikle doğrudan ürün satışı artırmaya yönelik mesajlar içerirken, Anglosakson kültüründe ise doğrudan satış vurgusundan ziyade, marka imajı oluşturmaya ve marka değerini artırmaya odaklanılmaktadır. Avrupa ülkeleri arasında bile reklam stratejileri belirgin farklılıklar göstermektedir. Örneğin, Fransızlar, reklamlarda sıklıkla cinsel unsurları kullanarak ürünlerini pazarlama eğilimindeyken, İsviçreliler bu tür unsurlardan kaçınarak daha muhafazakâr bir yaklaşım benimsemektedir. Asya ve Amerika ülkeleri arasındaki kültürel farklılıklar ise daha belirgindir. ABD'de tüketim kültürü ön planda iken, Asya ülkelerinde geleneksel değerlere ve toplumsal normlara daha fazla saygı gösterilmektedir. Asya ülkelerinde grup motivasyonları ve kolektif davranışlar önem kazanırken, ABD'de ise bireysel motivasyonlar ve kişisel başarı ön plandadır. Ayrıca, aile yapısı da bu kültürel farklılıkların önemli bir göstergesidir. Asya ülkelerinde geniş aile yapısı ve aile birliği önemli bir rol oynarken, ABD'de çekirdek aile yapısı daha yaygındır (Peter ve Olson, 1987). Bu kültürel farklılıklar, yalnızca tüketici davranışlarını değil, aynı zamanda firmaların ihracat pazarlama stratejilerini de derinden etkilemektedir. Örneğin, Asya pazarlarında grup odaklı ve geleneksel değerlere hitap eden reklamlar daha etkili olurken, ABD'de bireysel başarı ve tüketim odaklı mesajlar daha fazla ilgi çekmektedir. Bu nedenle, firmaların uluslararası pazarlarda başarılı olabilmeleri için hedef kitlenin kültürel özelliklerini dikkate alarak stratejilerini uyarlamaları büyük önem taşımaktadır. Kültürel farklılıklara duyarlı bir yaklaşım, hem tüketici beklentilerini karşılamada hem de marka imajını güçlendirmede kritik bir rol oynar.

METODOLOJİ

Araştırmanın Modeli



Şekil 2.1. Araştırma Modeli

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, ihracat pazarlaması sürecinde tüketicilerin kültürel farklılıklarını ve bu farklılıkların satın alma tercihleri üzerindeki etkilerini analiz etmek, kültürel farklılıkların nasıl yönetilebileceğini araştırmak ve bu konuyu hem yerel hem de küresel bir perspektifte değerlendirmektir. Çalışmada, daha önceki literatürde olduğu gibi, ihracat pazarlamasının tüketici davranışları ve kültürel farklılıklar üzerindeki etkisi ele alınmış; aynı zamanda demografik faktörlerin tüketici davranışları ve kültürel farklılıklar üzerindeki rolü incelenmiştir. Bu araştırma, ihracat pazarlaması alanında faaliyet gösteren uluslararası işletmeler ve pazarlama yöneticileri için rehber niteliği taşımaktadır.

Araştırmanın Örneklemi

Bu çalışma, İstanbul'da gerçekleştirilmiştir. İstanbul'un metropol yapısı ve ihracat faaliyetlerinin yoğunluğu göz önüne alınarak, İstanbul'da yaşayan ve ihracat yapan işletmelerden alışveriş yapan tüketiciler, araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise, İstanbul'da ihracat yapan işletmelerden alışveriş yapan 150 tüketici ile sınırlandırılmıştır. Bu örneklem, çalışmanın hipotezlerini test etmek ve bulguları genellemek amacıyla kullanılmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri

Bu çalışmada, literatür taraması kapsamında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

Hipotez 1 (H1): İhracat yapılan ülkedeki tüketicilerin davranışları ile kültürel bakış açıları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Hipotez 2 (H2): İhracat yapılan ülkedeki tüketici davranışları ile eğitim durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Hipotez 3 (H3): İhracat yapılan ülkedeki tüketici davranışları ile etnik köken değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Hipotez 4 (H4): İhracat yapılan ülkedeki tüketici davranışları ile yetişilen yer değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Hipotez 5 (H5): İhracat yapılan ülkedeki kültürel bakış açısı ile eğitim durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Hipotez 6 (H6): İhracat yapılan ülkedeki kültürel bakış açısı ile etnik köken değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Hipotez 7 (H7): İhracat yapılan ülkedeki kültürel bakış açısı ile yetişilen yer değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Bu hipotezler, ihracat yapılan ülkelerdeki tüketici davranışları ve kültürel faktörler arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamaktadır.

Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada, kültürel farklılıkların belirlenmesi amacıyla Hofstede'nin 1967-1973 yılları arasında geliştirdiği Kültürel Boyutlar Teorisi temel alınmıştır. Ayrıca, 2006 yılında Penpece'nin "Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi"

başlıklı yüksek lisans tezinde kullanılan kültürel boyutlar ölçeğinden yararlandığı tespit edilmiştir.

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket soruları incelendiğinde; demografik özellikler, bireylerin aylık gelir düzeyleri, tüketici davranışları ve kültürel bakış açılarına ilişkin soruların yer aldığı belirlenmiştir. Toplamda 32 sorudan oluşan anket, 5'li Likert tipi derecelendirme ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır. Anket sorularının yanıtları şu şekilde kodlanmıştır: "1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 2 = Katılmıyorum, 3 = Kararsızım, 4 = Katılıyorum, 5 = Kesinlikle Katılıyorum."

Bu yöntem, katılımcıların görüşlerini ölçmek ve kültürel faktörlerin tüketici davranışları üzerindeki etkisini analiz etmek amacıyla kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Çalışma, 15 Şubat 2025 - 28 Şubat 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anket sonucunda elde edilen veriler, istatistiksel analizler için SPSS 26 programına aktararak analize hazır hale getirilmiştir. Veri seti üzerinde güvenilirlik analizi yapılmadan önce, eksik veya hatalı kodlama içeren anket formları kontrol edilmiş ve bu tür bir sorunla karşılaşmadığı için herhangi bir anket formunun iptal edilmesine gerek duyulmamıştır. Daha sonra, tüm anketlerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Bu analizlerin ardından, demografik sorulara ilişkin frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla korelasyon analizi uygulanmış ve son olarak, demografik faktörlerden olan eğitim durumu, etnik köken ve yetişilen yer değişkenlerinin tüketici davranışı ve kültürel bakış açısı üzerindeki etkisi analiz edilerek sonuçlar yorumlanmıştır. Bu süreç, çalışmanın hipotezlerinin değerlendirilmesi ve bulguların ortaya konulması açısından önemli bir adım olmuştur.

Güvenilirlik Analizleri

Çalışmada, katılımcıların anket sorularına verdikleri yanıtların tutarlılığını ölçmek amacıyla, ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmek için Cronbach Alfa yöntemi kullanılmıştır. Cronbach Alfa katsayısı, bir ölçekte yer alan maddelerin (soruların) homojen bir yapıya sahip olup olmadığını araştırmacıya bildirir. Bu nedenle, güvenilirlik katsayısının yüksek olması, ölçeği oluşturan soruların birbiriyle tutarlı ve benzer bir yapıda olduğunu göstermektedir. Bu analiz, ölçeğin geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

- $.00 \leq \alpha < .40$ Güvenilir Değil
- $.40 \leq \alpha < .60$ Orta Derecede Güvenilir
- $.60 \leq \alpha < .80$ Yüksek Derecede Güvenilir
- $.80 \leq \alpha < 1.00$ Çok Yüksek Derecede Güvenilir

Gerçekleştirilen çalışmada kullanılan ölçeğe ilişkin güvenilirlik analizi neticesinde elde edilmiş olan alfa (α) değeri aşağıda belirtilmiştir.

Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı Ölçeği: 0,892 olarak görülmektedir.

Tablo 1. Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçek	Ortalama (X)	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Önerme 1	4,45	0,651	-1,525	1,946
Önerme 2	2,42	1,362	0,687	-0,707
Önerme 3	4,31	0,934	-1,603	1,498
Önerme 4	1,85	1,091	1,283	0,870
Önerme 5	1,84	1,193	1,323	0,698
Önerme 6	3,34	1,404	-0,330	-1,248
Önerme 7	4,45	0,651	-1,525	1,946
Önerme 8	4,09	1,158	-1,353	0,942
Önerme 9	4,45	0,651	-1,525	1,946
Önerme 10	1,85	1,091	1,283	0,870
Önerme 11	4,31	0,934	-1,603	1,498
Önerme 12	4,31	0,934	-1,603	1,498
Önerme 13	3,34	1,404	-0,330	-1,248
Önerme 14	4,31	0,934	-1,603	1,498
Önerme 15	4,23	0,986	-1,422	1,584
Önerme 16	3,34	1,404	-0,330	-1,248
Önerme 17	3,34	1,404	-0,330	-1,248
Önerme 18	3,25	1,380	-0,221	-1,265
Önerme 19	2,42	1,362	0,687	-0,707
Önerme 20	4,45	0,651	-1,525	1,946
Önerme 21	4,45	0,651	-1,525	1,946
Önerme 22	4,45	0,651	-1,525	1,946
Önerme 23	4,31	0,934	-1,603	1,498
Önerme 24	1,85	1,091	1,283	0,870
Önerme 25	3,25	1,380	-0,221	-1,265
Önerme 26	4,45	0,651	-1,525	1,946
Önerme 27	4,45	0,651	-1,525	1,946
Önerme 28	4,45	0,651	-1,525	1,946
Önerme 29	4,45	0,651	-1,525	1,946
Önerme 30	1,85	1,091	1,283	0,870
Önerme 31	1,85	1,091	1,283	0,870
Önerme 32	4,45	0,651	-1,525	1,946

Literatür içerisinde farklı görüşler bulunmasına rağmen George ve Mallery (2016)'nin yapmış olduğu çalışmaya göre buradaki verilerin normal dağılım göstermesi için çarpıklık ve basıklık değerlerinin +2,0 ve -2,0 limitleri içerisinde olması gerektiği konusunu savundukları tespit edilmiştir. Gerçekleştirilmiş olan ankete konu ölçeğe ilişkin tanımlayıcı istatistikler üzerine yapılmış olan çalışmada ortaya çıkan çarpıklık ve basıklık değerlerinin +2,0 ve -2,0 arasında olduğu ve normallik varsayımını karşıladığı belirlenmiştir.

BULGULAR

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetleri %56'sının kadın, %44'nün erkek olduğu; etnik kökenleri %89,3'nün Türk, %6,7'sinin Kürt, %2,7'sinin Laz ve %1,3'nün Çerkez olduğu; yetişilen yer açısından yapılan incelemede %4'nün köy, %46,7 ilçe/kasaba ve %49,3'nün şehirde yer aldığı; yaş açısından yapılan incelemede %32,7'sinin 18-24 yaş, %14,7'sinin 25-31 yaş, %4'nün 32-38 yaş, %26'sının 39-45 yaş ve %22,7'sinin 45+ olduğu; eğitim durumu açısından yapılan incelemede %0,7'sinin ilköğretim, %3,3'nün lise, %27,3'nün önlisans, %67,3'nün lisans ve %1,3'nün yüksek lisans mezunu olduğu; gelir durumu açısından yapılan incelemede %2'sinin 21.000 TL altı, %10,7'sinin 21.001 TL-45.000 TL, %34'nün 45.001 TL-65.000 TL, %53,3'nün 65.000 TL+ olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Ankete Katılan Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)	Etnik Köken	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kadın	84	56	Türk	134	89,3
Erkek	66	44	Kürt	10	6,7
Toplam	150	100	Laz	4	2,7
Yaşınız	Frekans (f)	Yüzde (%)	Çerkez	Frekans (f)	Yüzde (%)
18-24	49	32,7	Toplam	150	100
25-31	22	14,7	Yetişilen Yer	Frekans (f)	Yüzde (%)
32-38	6	4	Köy	6	4
39-45	39	26	İlçe/Kasaba	70	46,7
45+	34	22,7	Şehir	74	49,3
Toplam	150	100	Toplam	150	100
Eğitim	Frekans (f)	Yüzde (%)	Gelir	Frekans (f)	Yüzde (%)
İlköğretim	1	0,7	21.000 TL altı	3	2
Lise	5	3,3	21.001 TL-45.000 TL	16	10,7
Önlisans	41	27,3	45.001 TL-65.000 TL	51	34
Lisans	101	67,3	65.000 TL+	80	53,3
Yüksek Lisans	2	1,3	Toplam	150	100
Toplam	150	100			

Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı Ölçeğinin Boyutlarına İlişkin Bulguların İncelenmesi

Yapılan çalışmada Tablo 3 üzerinde bulunan Pearson Korelasyon testi incelendiğinde Tüketici davranışlarına ilişkin olarak alınan cevaplar ile kültürel bakış açısına yönelik olarak alınan cevapların ortalama değerleri incelendiğinde kültür ve tüketici davranışları arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. %99 aralığında gerçekleşmiş olan test incelendiğinde aralarında %83,2'lik pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu durum işletmeler açısından incelendiğinde kültüre yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmaların orta ve uzun vade içerisinde kendilerine artan tüketici güven ve marka bağlılığı olarak dönebilme ihtimalinin olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı Arasındaki İlişkiye İlişkin Korelasyon Analizi

Değişken	Tüketici Davranışı	Kültürel Bakış Açısı
Tüketici Davranışı	1	,832**
Kültürel Bakış Açısı	,832**	1

**p<0,01

Yapılan bu korelasyon analizine göre çalışmanın ilk hipotezi olan "Hipotez 1 (H1): Tüketici davranışı ve kültürel bakış arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır." Hipotezi kabul edilmiştir.

Tüketici Davranışlarının Demografik Değişkenlere Bağlı Olarak Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Bulgular

Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı ile Cinsiyet Değişkenine Yönelik Bulgular

Katılımcıların tüketici davranışı ve kültürel bakış açılarının cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediği bağımsız örneklem t-testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre cinsiyet ile tüketici davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu sırasıyla t:2,335, p<0,05 görülmektedir. Buna göre kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre tüketici davranışlarının daha anlamlı gördüğü belirlenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre cinsiyet ile kültürel

bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu $t:2,413$ $p<0,05$; kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre kültürel bakış açılarının daha anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Cinsiyet ile Tüketici Davranışları ve Kültürel Bakış Açısı Arasındaki İlişkiye Yönelik Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ort	SS	t	P
Tüketici Davranışı	Kadın	84	62,39	9,78	2,335	,021
	Erkek	66	58,89	8,27		
Kültürel Bakış Açısı	Kadın	84	65,67	8,42	2,413	,017
	Erkek	66	62,27	8,71		

Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı ile Eğitim Durumu Değişkenine Yönelik Bulgular

Katılımcıların tüketici davranışı ve kültürel bakış açılarının eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediği Anova testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre eğitim durumu ile tüketici davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı sırasıyla $t:1,827$ $p>0,05$ görülmektedir. Gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre eğitim durumu ile kültürel bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu $t:3,748$ $p<0,05$; Yüksek lisans eğitimi alan katılımcıların diğer katılımcılara göre kültürel bakış açılarının daha anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Eğitim Durumu ile Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı Arasındaki İlişkiye Yönelik ANOVA Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	N	Ort	SS	F	p
Tüketici Davranışı	İlköğretim	1	58,00		1,827	,127
	Lise	5	66,40	9,28		
	Ön Lisans	41	62,63	9,61		
	Lisans	101	59,68	9,03		
	Yüksek Lisans	2	70,50	3,53		
Kültürel Bakış Açısı	İlköğretim	3	65,00		3,748	,006
	Lise	48	75,20	8,58		
	Ön Lisans	60	64,07	8,47		
	Lisans		63,39	8,39		
	Yüksek Lisans	89	78,00	1,41		

Yapılan bu Anova analizine göre çalışmanın ikinci hipotezi “Hipotez 2 (H2): İhracat yapılan ülkedeki tüketici davranışları ile eğitim durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” Hipotezi kabul edilmiştir.

Yapılan bu analizine göre çalışmanın beşinci hipotezi “Hipotez 5 (H5): İhracat yapılan ülkedeki kültürel bakış açısı ile eğitim durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” Hipotezi kabul edilmiştir.

Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı ile Etnik Köken Değişkenine Yönelik Bulgular

Katılımcıların tüketici davranışı ve kültürel bakış açılarının etnik kökene göre farklılık gösterip göstermediği Anova testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre etnik köken ile tüketici davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu sırasıyla $t:,991$ $p<0,05$ görülmektedir. Buna göre Türk katılımcıların diğer katılımcılara göre tüketici davranışlarının daha anlamlı gördüğü belirlenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre etnik köken ile kültürel bakış

açısı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu $t:765$ $p<0,05$; Çerkez katılımcıların diğer katılımcılara göre kültürel bakış açılarının daha anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Etnik Köken ile Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı Arasındaki İlişkiye Yönelik ANOVA Testi Sonuçları

	Etnik Köken	N	Ort	SS	F	p
Tüketici Davranışı	Türk	134	61,27	8,99	,991	,005
	Kürt	10	56,40	12,69		
	Laz	4	58,00	11,22		
	Çerkez	2	60,00	,000		
Kültürel Bakış Açısı	Türk	3	64,51	8,64	,765	,012
	Kürt	48	61,40	9,90		
	Laz	60	59,00	8,60		
	Çerkez	89	65,50	3,53		

Yapılan bu Anova analizine göre çalışmanın üçüncü hipotezi “Hipotez 3 (H3): İhracat yapılan ülkedeki tüketici davranışları ile etnik köken değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” Hipotezi kabul edilmiştir.

Yapılan bu Anova analizine göre çalışmanın altıncı hipotezi “Hipotez 6 (H6): İhracat yapılan ülkedeki kültürel bakış açısı ile etnik köken değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” Hipotezi kabul edilmiştir.

Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı ile Yaş Değişkenine Yönelik Bulgular

Katılımcıların tüketici davranışı ve kültürel bakış açılarının yaşa göre farklılık gösterip göstermediği Anova testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre yaş ile tüketici davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu sırasıyla $t:2,659$ $p<0,05$ görülmektedir. Buna göre 25-31 yaş aralığındaki katılımcıların diğer katılımcılara göre tüketici davranışlarının daha anlamlı gördüğü belirlenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre yaş ile kültürel bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu $t:4,084$ $p<0,05$; 25-31 yaş arasındaki katılımcıların diğer katılımcılara göre kültürel bakış açılarının daha anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Yaş ile Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı Arasındaki İlişkiye Yönelik Anova Testi Sonuçları

	Yaş	N	Ort	SS	F	p
Tüketici Davranışı	18-24	49	61,94	8,86	2,659	,035
	25-31	22	63,59	9,77		
	32-38	6	61,00	4,60		
	39-45	39	56,90	11,01		
	45+	34	62,00	6,70		
Kültürel Bakış Açısı	18-24	3	63,12	8,16	4,084	,004
	25-31	48	67,27	9,35		
	32-38	60	65,50	5,08		
	39-45		60,64	8,55		
	45+	89	67,50	8,08		

Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı ile Gelir Değişkenine Yönelik Bulgular

Katılımcıların tüketici davranışı ve kültürel bakış açılarının gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediği Anova testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre gelir durumu ile tüketici davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu sırasıyla $t:6,122$ $p<0,05$

görülmektedir. Buna göre 21.000 TL-45.000 TL gelir aralığındaki katılımcıların diğer katılımcılara göre tüketici davranışlarının daha anlamlı gördüğü belirlenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre gelir durumu ile kültürel bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı belirlenmiştir $t:2,098$ $p>0,05$.

Tablo 7. Gelir ile Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı Arasındaki İlişkiye Yönelik Anova Testi Sonuçları

	Gelir	N	Ort	SS	F	p
Tüketici Davranışı	21.000 TL altı	3	42,33	1,52	6,122	,001
	21.000 TL-45.000 TL	16	64,69	11,28		
	45.000 TL-65.000 TL	51	59,37	5,97		
	65.000 TL+	80	61,71	9,88		
Kültürel Bakış Açısı	21.000 TL altı	3	52,00	3,00	2,098	,103
	21.000 TL-45.000 TL	16	64,44	8,21		
	45.000 TL-65.000 TL	51	64,78	8,10		
	65.000 TL+	80	64,19	9,04		

Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı ile Gelir Değişkenine Yönelik Bulgular

Katılımcıların tüketici davranışı ve kültürel bakış açılarının yetişilen yer durumuna göre farklılık gösterip göstermediği anova testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre yetişilen yer durumu ile tüketici davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı sırasıyla $t:3,57$ $p>0,05$ görülmektedir. Gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre yetiştirilen yer durumu ile kültürel bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı belirlenmiştir $t:7,25$ $p>0,05$.

Tablo 8. Yetişilen Yer ile Tüketici Davranışı ve Kültürel Bakış Açısı Arasındaki İlişkiye Yönelik Anova Testi Sonuçları

	Yetişilen Yer	N	Ort	SS	F	p
Tüketici Davranışı	Köy	6	60,67	9,58	,357	,700
	İlçe/Kasaba	70	61,52	7,97		
	Şehir	74	60,22	10,43		
Kültürel Bakış Açısı	Köy	6	63,67	9,65	,725	,486
	İlçe/Kasaba	70	65,09	8,57		
	Şehir	74	63,35	8,76		

Yapılan bu Anova analizine göre çalışmanın dördüncü hipotezi *Hipotez 4 (H4): İhracat yapılan ülkedeki tüketici davranışları ile yetişilen yer değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.* Hipotezi reddedilmiştir.

Yapılan bu Anova analizine göre çalışmanın yedinci hipotezi *“Hipotez 7 (H7): İhracat yapılan ülkedeki kültürel bakış açısı ile yetişilen yer değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır”* Hipotezi reddedilmiştir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Ülkeler arasındaki ekonomik entegrasyon, klasik iktisat teorileri ve uluslararası örgütlerin geleneksel yaklaşımları çerçevesinde uzun süredir incelenmektedir. Ancak, bu çalışmalarda kültürel kimliğin karar alma süreçlerindeki rolüne yeterince odaklanılmadığı görülmektedir (Podobas, 2011; Acheson ve Maule, 2006; Shweder, 1991). Literatürde, kültürel farklılıkların özellikle işyeri iletişimde önemli engeller oluşturduğu vurgulanmaktadır (Hofstede, 1980; Nowakowski, 2005; Chatterjee ve Varyantan, 2016). Bu nedenle, kültürel farklılıkların doğru bir

şekilde tanımlanması ve yorumlanması, uluslararası ticaret, iletişim, müzakereler, yönetim, pazarlama stratejileri, marka tercihleri ve tüketici davranışları gibi alanlarda etkili küresel iş modellerinin geliştirilmesi için büyük önem taşımaktadır (Nowakowski, 2005; Venkatesh ve Van, 2005).

Uluslararası ticaret, sermaye, mal ve hizmet alışverişi olarak tanımlanmakla birlikte, para birimleri, hükümet politikaları, yargı sistemleri, yasalar ve piyasa dinamikleri gibi faktörler arasındaki farklılıklar nedeniyle oldukça karmaşık bir süreçtir (Hofstede, 1980; Cheng vd., 2022; Chin vd., 2022). Bu karmaşıklık, uluslararası pazarlamada kültürel farklılıkların etkisini daha da belirgin hale getirmektedir. Kültür, tüketici davranışlarını, iletişim tarzlarını ve karar alma mekanizmalarını şekillendiren temel bir unsurdur. Bu nedenle, uluslararası pazarlamacıların kültürel farklılıkları derinlemesine anlaması ve stratejilerini bu doğrultuda uyarlaması büyük önem taşımaktadır. Aksi takdirde, kültürel yanlış anlamalar, maliyetli hatalara ve başarısızlıklara yol açabilir.

Yapılan araştırmalar, kültürün tüketici davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Çalışmamızda, tüketici davranışlarının kültürel bakış açısını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, ihracat yapılan ülkelerdeki bireylerin eğitim düzeyleri ve etnik kökenleri ile tüketici davranışları ve kültürel bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bununla birlikte, bireylerin yetiştirildikleri coğrafi bölge ile tüketici davranışları ve kültürel bakış açıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

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: International Dublin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Etik Kurulundan 10.01.2025 tarih ile izin alınmıştır.

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

KAYNAKÇA

Acheson, K., and Maule, C. (2006). Culture in international trade, handbook of the economics of art and culture, in Handbook of the Economics of Art and Culture, 1st Edn, Vol. 1, eds V. A. Ginsburgh and D. Throsby (Amsterdam: Elsevier), 1141–1182.

Barnes, B.R., Chakrabarti, R., and Palihawadana, D. (2006). Investigating the export marketing activity of SMEs operating in international healthcare markets. *Journal of Medical Marketing*, 6(3), 209-221.

Boso, N., Adeola, O., Danso, A., and Assadinia, S. (2019). The effect of export marketing capabilities on export performance: Moderating role of dysfunctional competition. *Industrial Marketing Management*, 78, 137-145.

Cadogan, J.W., Sundqvist, S., Salminen, R.T., and Puumalainen, K. (2005). Export marketing, interfunctional interactions, and performance consequences, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(4), 520-535.

Chatterjee, A., and Vartanian, O. (2016). Neuroscience of aesthetics. *Ann. N. Y. Acad. Sci.* 1369, 172–194.

- Cheng, H., Agbanyo, G. K., Zhu, T., and Pan, H. (2022). Internationalization of multinational companies and cognitive differences across cultures: a neuroeconomic perspective. *Front. Psychol.* 13:807582.
- Chin, T., Meng, J., Wang, S., Shi, Y., and Zhang, J. (2021). Cross-cultural metacognition as a prior for humanitarian knowledge: when cultures collide in global health emergencies. *J. Knowl. Manag.* 26, 88–101.
- Çavusgil, S.T., and Naor, J. (1987). Firm and management characteristics as discriminators of export marketing activity, *Journal of Business Rresearch*, 15(3), 221-235.
- George, D., and Mallery, P. (2016). *IBM SPSS Statistics 23 Step by Step: A Simple Guide and Reference* (14th ed.). New York: Routledge.
- Ghauri, P. N., and Cateora, P. R. (2011). *International Marketing*, Boston: McGraw-Hill Education.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Julian, C.C. (2003). Export marketing performance: a study of Thailand firms. *Journal of Small Business Management*, 41(2), 213-221.
- Julian, C.C., and Ahmed, Z.U. (2005). The impact of barriers to export on export marketing performance, *Journal of Global Marketing*, 19(1), 71-94.
- Lages, L. F. (2000). A conceptual framework of the determinants of export performance: reorganizing key variables and shifting contingencies in export marketing, *Journal of Global Marketing*, 13(3), 29-51.
- Lin, K.H., Huang, K.F., and Peng, Y.P. (2014). Impact of export market orientation on export performance: A relational perspective. *Baltic Journal of Management*. 9(4), 403-425.
- Madsen, T. K. (1989). Successful export marketing management: some empirical evidence, *International Marketing Review*, 6(4), 41-57.
- McCort D. J., and Malhotra N. K. (2001). A Cross-Cultural Comparison of Behavioral Intention Models - Theoretical Consideration and an Empirical Investigation, *International Marketing Review*, 18(3), 235-269.
- Nakata, C. (2002). Activating the marketing concept in a global context: An MNC country managers' perspective, *International Marketing Review*, 19(1), 39-64.
- Nowakowski, M. K. (ed.) (2005). *Biznes Miğdzynarodowy. Od Internacjonalizacji do Globalizacji* (International Business. From Internationalization to Globalization). Warszawa: Wydawnictwo SGH.
- Pauwels, P., and Matthyssens, P. (2004). Strategic flexibility in export expansion: growing through withdrawal. *International Marketing Review*, (21) 4/5, 496-510.
- Peter, P. J., and Olson, J.C. (2000) *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Translated by Han Dechang. Northeast Finance and Economics Publishing House, Dalian.
- Phatak, A. (1988). *Uluslararası Yönetim*, (Cev: Atilla Baransel, Tomris Somay), İstanbul Üniversitesi İşletme Enstitüsü Yayını, Yayın No:108.
- Podobas, I. (2011). *Negocjacje Międzynarodowe. Zarys Wykładu* (International Negotiations. Lecture Outline). Warszawa: Wyższa Szkoła Cła i Logistyki.

Runyan E. K., and Steward.D.W. (1989). *Consumer Behavior*, 3th edition, California: A Bell & Howell Comp.

Shweder, R. A. (1991). *Thinking Through Cultures: Expeditions in Cultural Psychology*. Cambridge: Harvard University Press.

Tesfom, G., and Lutz, C. (2006). A classification of export marketing problems of small and medium sized manufacturing firms in developing countries. *International Journal of Emerging Markets*, 1(3), 262-281.

Tesfom, G., Lutz, C., and Ghauri, P. (2014). Comparing export marketing channels: developed versus developing countries. *International Marketing Review*, 21(4/5), 409-422.

Ural, T. (2009). The effects of relationship quality on export performance: A classification of small and medium-sized Turkish exporting firms operating in single export-market ventures. *European Journal of Marketing*, (43)1-2, 139-168.

Venkatesh, B., and Van, L. (2005). International trade and cultural diversity with preference selection. *Eur. J. Pol. Econ.* 21, 143-162.

Young, S., (1995). Export marketing: conceptual and empirical developments, *European Journal of Marketing*, (29-8), 7-16.

Zou, S., Fang, E., and Zhao, S. (2003). The effect of export marketing capabilities on export performance: an investigation of Chinese exporters. *Journal of International Marketing*, 11(4), 32-55.



KAVRAMSAL MAKALE

Brezilya'da 2003 Sonrası Popülizm

Doğuş BEYAZTAŞ, Doktora Öğrencisi, Rio de Janeiro Federal Üniversitesi / UFRJ, Uluslararası Ekonomi Politik, Brezilya, e-posta: dbeyaztas@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-4104-9863>

Öz

Bu makale, 2003 sonrasında Brezilya'da birbirini takip eden sol ve sağ popülist iktidarların birbirinden çok ayrı ideolojik çerçevelere sahip olsalar da aynı neoliberal çerçevede işlev gördüklerini iddia etmektedir. Her iki popülist dönem de Brezilya tarihi içinde oluşmuş olan aynı elitler-halk çatışmasına karşı çözüm arayışlarının güncel bir ifadesi olarak şekillenmiştir. Sağ ve sol popülizmler neoliberalizm koşullarında geniş nüfus kesimleri içinde biriken öfkeyi soğurma yönünde etkili olmuştur ancak aynı zamanda her defasında yeniden kurulması arzulan siyasal alanın yapısal sorunlarını yok etme yönünde birer toplumsal hareket olma özelliğini de taşımışlardır. Bu ikili hareket Brezilya'nın kolonyal dönemden günümüze kadar elitler ile halk arasında oluşan derin yarıklık içinde biriken öfkenin toplumsal ve siyasal ifadeleri olmuştur. Her iki yaklaşım da Brezilya'nın toplumsal yapısındaki yapısal eşitsizlikleri yeniden üretmişlerdir. Bu bağlamda, sağ ve sol popülizmler mevcut müesses nizama karşı bir kurucu iktidar söylemine sahip olsalar da eylemlilik düzeyinde aynı düzenin ekonomik ve siyasal sınırlarından çıkamamışlardır.

Anahtar Kelimeler: Popülizm, Latin Amerika, Brezilya, Elitler.

Makale Gönderme Tarihi: 19.02.2025

Makale Kabul Tarihi: 02.05.2025

Önerilen Atıf:

Beyaztaş, D. (2025). Brezilya'da 2003 Sonrası Popülizm, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(5): 371-380.



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

2025, 8(5): 371-380. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1542](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1542)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Populism in Brazil After 2003

Doğuş BEYAZTAŞ Ph.D. Student, Federal University of Rio de Janeiro / UFRJ, International Political Economy, Rio de Janeiro, e-mail: dbeyaztas@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-4163>

Abstract

This article argues that the left and right populist governments that followed each other in Brazil after 2003, although they had quite different ideological frameworks, functioned within the same neoliberal framework. Both populist periods took shape as a contemporary expression of the search for a solution to the same elite-popular conflict that had emerged throughout Brazilian history. Right and left populisms were effective in absorbing the anger that had accumulated within large segments of the population under neoliberalism, but at the same time, they were also social movements that aimed to eliminate the structural problems of the political sphere that was desired to be re-established each time. This dual movement has been the social and political expressions of the anger that has accumulated within the deep rift between the elites and the people in Brazil from the colonial period to the present day. Both approaches have reproduced the structural inequalities in the social structure of Brazil. In this context, although right and left populisms have a constituent power discourse against the existing established order, they have not been able to break out of the economic and political boundaries of the same order at the level of action.

Keywords: Populism, Latin America, Brazil, Elites.

Received: 19.02.2025

Accepted: 02.05.2025

Suggested Citation:

Beyaztaş, D. (2025). Populism in Brazil After 2003, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(5): 371-380.

GİRİŞ

Bu çalışmada 2003 sonrası Brezilya'da sol ve sağ popülizmin gelişimini, söylemlerini ve ekonomik-politik bağlamlarını karşılaştırmalı olarak incelemektedir. İki dönemin ekonomik politikaları, sosyal devlet uygulamaları ve sermaye ile ilişkileri neoliberal çerçevede değerlendirilmiştir. Türkçe literatürde sınırlı ele alınan konunun daha kapsamlı incelenmesi için doğrudan döneme ait politik söylemler ve konuyla ilgili akademik çalışmalar değerlendirilmiştir. Mevcut çalışmanın temel amacı 2000'li yıllarda Brezilya'da hakim ekonomi politik çerçeve olan neoliberalizm koşulları altında birbirinden radikal olarak farklı olan siyasal söylemlere sahip olsalar da neoliberal politikaları ya tahkim eden ya da bu ekonomi politik çerçeveye reaksiyon olarak oluşabilecek toplumsal tepki durumuna karşı "pansuman" niteliğinde olan sol ve sağ popülist iktidarların belirli bir etkileşim ve kesişim kümesi olarak bu popülist momentin oynadığı tarihsel rolü anlamaktır. 2003 yılında İşçi Partisi'nin iktidara gelmesinden sonra oluşan Brezilya siyaseti önce sol sonra sağ popülist iki liderlik örneğinin etkisiyle şekillenmiştir. Luiz Inácio Lula da Silva ve Jair Bolsonaro dönemleri ile karakterize edilen popülizm dalgasına tanık olmuştur. Bu döneme damga vuran sol ve sağ iki popülizm turunun ortaklaştığı popülist momentum iki farklı siyasal ajandaya sahipmiş gibi görünse de her ikisinde de elitler karşısında "halkın" iktidarını sağlama iddiası ile örtük veya açık olarak sunulan bir dost-düşman ikiliğine ve verili bir kurulu düzene karşı mücadele edildiği söylemine dayanan siyasal eylemlilik ortak özelliğidir. 2003 sonrası Brezilya tarihi bu anlamda popülizm tartışmalarına katkı yapması ve bu literatür yardımı ile kendi tarihsel dinamiklerini ifşa eden özgün bir tarihsel süreçtir. Popülizmin genel kabul görmüş tek bir tanımı olmamasına ve siyasi dönemlere göre yeniden şekillenen araçsal yanları olmasına rağmen elitler-halk ikiliğine ve belirli bir nüfus kesiminin ekonomik, sosyal ve siyasal ajandasını halkın müesses nizamına karşı talepleri olarak sunma pratiğine dayanmak bakımından genel bir ortak özellik bulunmaktadır (Laclau, 2007: 92; Finchelstein, 2019).

Popülizm halk iradesini siyasal alanın merkezine yerleştirme iddiası bağlamında bir kolektif siyasal eylem çerçevesi olarak siyasal alanının yeniden kurulması iradesinin siyasi artikülasyonu olarak şekillenir. Siyasal kavramını burada Carl Schmitt'in anladığı anlamda siyasal egemenliği kuran dost ve düşman kararına dair kurucu ve yeniden üretici çaba olarak kavrar isek (Schmitt, 2012) popülizmin verili siyasal alan açısından yıkıcı mı yoksa yeniden üretici bir etki mi uyandırdığı sorusu önem kazanmaktadır. Chantal Mouffe'a göre Schmitt'in liberalizmin toplum içinden neşet eden siyasal iradenin altını oyduğu kuramsal kavrayışın aksine liberal demokrasi birey ile halk egemenliği arasında oluşan çatışma ve uzlaşma dinamikleri çerçevesinde oluşan hegemonik mücadelenin varlığı ile kendisini yeniden üretir. Schmitt'in anladığı anlamda düşman kategorisi değil müzakereye dayalı bir çatışma mantığı demokratik mantığın içeriğini yeniden üretirken liberal demokrasi ile halk egemenliği anlayışını birbirine teyeller (Mouffe, 2019: 26-27)

Schmitt'e göre Hobbes'un kavradığı gibi devlet kesintisiz bir iç çatışmadan ibaret olan doğa durumu ve düşman olan tehdit edici unsurlar karşısında siyasal birliğin kurulması anlamına geliyordu (Weber, 1992; Schmitt 2003: 97; 2012: 67-69; Ostovich, 2007). Schmitt'in kuramsal matrisinde hukuku askıya alan bir edim olan dost-düşman tayini 20. yüzyıl boyunca bir yönetim tekniği olarak düşmanın varlığı karşısında yürürlüğe konan ve hukukun askıya alındığı olağanüstü hal ilanının süreklilik kazandığı bir sürekli çatışma süreci halini almıştır (Agamben, 2008). 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren dünya ölçeğinde yayılan neoliberalizm koşullarında Hobbes'un modelinin çıkmazlarını işaret şekilde "halk ve müesses nizam" arasında uzlaşmaz olmayan ve bir düşmanlık kategorisinin ötesinde isleyen bir muhalefet dinamiği öne çıkmıştır (Mouffe, 2005: 51). Bu anlamda siyasal alanı kavramak açısından anlamlı olan Schmitt turu bir kavrayış "düşman" kategorisi üzerine kuruluyken neoliberal çağda siyasetin merkezine oturan

popülist siyaset mantığı içinde neoliberal çerçeve ile uyumlu olacak şekilde “halk” bir boş gösteren olarak yeni bir kolektif kimlik inşası sürecinin enerjisini sağlamıştır (Anselmi, 2018: 32). Kolektif kimliklerin ortadan kalktığı ve bireyselliğin zafer kazandığı ilan edilmesine rağmen, kolektif boyut siyasetten silinemedi bu süreçte. Popülizm altında sol-sağ karşıtlığı yeni bir tür biz-onlar yapılandırmasıyla “halk” ile “müesses nizam” arasında bir karşıtlıkla değiştirdi (Mouffe, 2005).

Popülizm her örnekte be her tarihsel süreçte toplumun bir kesiminin ekonomik, toplumsal ve siyasal ajandasının toplumun tamamının talebi gibi gösterilerek elitlere karşı bir politik söylem olarak tecessüm eder (Laclau, 2007). Toplumun bir kesiminin çıkarının tamamına teşmil edilmesi pratiği esas olarak mevcut düzenin alternatifinin olmadığı iddiasına karşı halk egemenliği fikrinin öne çıkarılmasına yarar (Mouffe, 2005: 55). Özellikle sağ popülizm “halkın” sol popülist bir söylem ile yeniden kurulacak bir siyasal düzene karşı seferber olması durumunun olmadığı koşullarda öne çıkarak radikal devrimci bir dönüşüm olasılığına karşı öne çıkmıştır (Errejon, 2015: 93).

Popülizm toplum içinde oluşan yankılar üzerinde ezilenlerin tepkisini iktidar sahiplerine yönlendirir ancak kendi başına bir program içeriğine sahip değildir. Bir tarihsel blokun parçalanmasından diğerine geçiş süreci olarak yeni bir özne -halk- inşa etme amacına içkin stratejiler bütününe ifade eder (Mouffe, 2019: 24). Neoliberalizm koşulları altında Schmitt’in altını çizdiği liberal kurumlar ve bireycilik ile demos ve demokrasi arasındaki agonistik gerilim bertaraf edildi ancak bu süreç eşitlik ve gerçek anlamda bir halk egemenliği anlayışını demokrasi ile bütünleşmesinden doğacak radikal dönüşüm olasılığının yok edilmesi hilafına gerçekleşti. Bu süreç iktisadi liberalizm tamamen yerleşik hale gelirken siyasal liberalizmin ikincilleşmesi ve popülist siyasetin marazi olarak işaret edilmesi olmuştur (Mouffe, 2019: 28-29). Ekonominin finansallaştığı, özelleştirmenin derinleştiği, sağ-sol ayrımının demode olarak yansıtıldığı neoliberalizm koşulları altında iktisadi liberalizmin neoliberalizm çerçevesinde revize dilmiş haliyle toplumda yarattığı derin sorunlar karşısında popülizm eski tip liberal ve demokratik ideallerin sonuna işaret ediyordu (Mouffe, 2019: 29-30)

Bu bağlamda popülizmin tek ayırt edici özelliği elit karşıtlığı ve halk-müesses nizam ayrımına dayanması değildir. Sadece bu ikiliklere dayanarak anlamaya çalışmak mümkün değildir (Mudde ve Kaltwasser, 2017). Popülizm aynı zamanda çoğulculuk karşıtıdır çünkü popülist siyasetçilerin en temel iddiası sözcülüğünü üstlendiklerini iddia ettikleri toplum kesimlerinin halk ve kendilerinin de bu halkın temsilcisi olarak görmeleridir (Müller, 2018: 120). Bu manada karizmatik liderlerin siyasal stratejisi olarak popülizm bir parçadan bütüne doğru belirli bir strateji çerçevesinde kurumların aşındırılması bağlamında işler (Weyland, 2021). Ancak bu stratejik çerçevenin içeri sağ ve sol ideolojik içerik ile doldurulabilir ve bu bağlamda radikal olarak farklı formlar üretebilir. Sağ popülizm dışlayıcı bir yaklaşım ile kimlik temelli bir “halk” inşası stratejisi izlerken sol popülizm ise demokrasiyi derinleştirerek birbirinden farklı toplumsal kesimlerin taleplerini birbiriyle yan yana getirerek bir karşıt hegemonya kurma amacı ve bu amaca ulaşmaya dair stratejiler izler (Mouffe, 2019: 35-36)

Mevcut çalışmanın konusu olan 2000’li yıllarda Brezilya’da popülizm sol ve sağ popülist stratejilere dayanacak şekilde elitler karşısında geniş halk kesimlerinin tepki ve taleplerinin siyasal düzeyde ifadesini bulduğu bir süreç olmuştur. Bu iki popülist stratejinin odağında ise Brezilya tarihi içinde konfigüre olmuş olan “siyasal alanın” elitleri merkeze alan ve alt sınıfları, siyahları ve diğer birçok toplum kesimini dışarıda bırakan bir kurucu ve yeniden üretici ilkeye sahip olmuş olması yer almıştır (Souza, 2022). 2000 sonrası Brezilya siyasetinde, Luiz Inácio Lula da Silva ile başlayan sol popülizm ve Jair Bolsonaro ile zirveye ulaşan sağ popülizm, farklı dönemlerde öne çıkan birbirine zıt gibi görünen iki ayrı siyasal iktidar sürecine işaret ediyor gibi

görünse de neoliberalleşme sürecinde oluşan tepkiler ile Brezilya tarihi içinde derin kökleri olan elitler-halk yarılmasının üst üste bindiği bir tarihsel momentin farklı türden yansımaları olmuştur. Mevcut çalışmada, sol ve sağ popülist iktidar süreçlerinin popülizm başlığı altında birbirine eşitlenmesi gerektiği iddiasının aksine, bu iki popülist stratejinin yerleştiği popülist momentin Brezilya tarihi içinde anlamlandırılması amaçlanmakta; bu bağlamda mevcut çalışmada söz konusu stratejilerin oynadıkları tarihsel rolün anlaşılmasına çalışılacaktır.

İşçi Partisi Donemi (2003-2016): Sosyal Yardım Politikaları ve Sınırları

1990'larda Brezilya ekonomisi, ithal ikameci sanayileşmenin yerini, geleneksel sektörlerin çöküşüne, bağımlılığın artmasına ve sanayisizleşmeye yol açan finansallaşmaya dayalı yeni bir birikim modelinin almasıyla, neoliberal dönüşüm sürecinde köklü değişimler geçirdi (Saad-Filho ve Morais, 2018: 69). 2003 yılında iktidara gelen İşçi Partisi ve lideri Lula yönetiminin başlangıç sürecinde yeni hükümet politikaları 1990'lı yıllara damgasını vuran eski başkan Fernando Henrique Cardoso'nun IMF ve Dünya Bankası çizgisindeki ekonomi politikalarının devamı niteliğinde gelişmeler yaşandı (Boito, 2003: 12). Neoliberal çerçevenin baskın olmasına rağmen zamanla Bolsa Familia gibi aile destek programı ve diğer sosyal yardım programları aracılığıyla hem makroekonomik genel çerçevede oluşan tepkileri dindirerek siyasal destek sağlamak hem de yerli burjuvazi ve tarım sektörü aracılığıyla yürürlüğe konulan yeni ihracat politikası aracılığıyla bir karşıt ekonomi-politik yaklaşım oluşturulmak istenmiştir (Machado, 2009: 28-29).

Lula dönemi, tüm sol popülist söyleme rağmen, neoliberal ekonominin sömürsünün derinleştirilmesine yönelik direnişin örgütlendiği bir tarihsel süreç olarak nitelendirilemez. Bir yandan Merkez Bankası'nın özerkliği gibi bazı neoliberal söylemler öne çıkarılırken diğer yandan Sıfır Açlık Programı gibi bazı uygulamalarla neoliberalizmin yarattığı derin yoksulluk pansumana maruz bırakılmıştır (Petras ve Veltmeyer, 2005: 69). Özelleştirme ve neoliberal politikalar İşçi Partisi iktidarına yol açan süreçte basta emeklilik sistemi olmak üzere birçok alanda emekçi kesimlerin aleyhine bir dinamik yaratmıştı. Lula iktidarında sosyal yardım programlarının yaygınlaşması adeta bir telafi edici özellik olarak yürürlüğe konmuştur (Leopoldi, 2009: 225). Bu durum finans sektörünün ve neoliberal bloğun diğer kesimlerinin bir stratejisiydi. Hükümetle küresel neoliberal çevreler arasındaki mutabakat, emekçi sınıfların kurtuluşu için radikal çözüm arayışlarının engellenmesini gereksiniyordu. Bu stratejinin kapsamında, İşçi Partisi'nin alt sınıflar arasındaki popülerliğini ve sempatisini kullanmak toplumsal rıza üretimi açısından önemliydi. Böylece alt sınıfların özelleştirmeye, finansallaşmaya, devletin ve bütün yaşam alanlarının sömürülmesi sürecine tepkisiz kalmaları hedeflenmişti (Boito, 2003: 13-14).

İşçi Partisi deneyimi neoliberal makroekonomik politikalarından doğrudan zarar gören ve geleneksel müesses nizamdan dışlanmış olan toplum kesimlerinin eski bir işçi ve sendika lideri olan karizmatik lider Lula'nın liderliği ile sisteme eklenildiği bir deneyim olmuştur (Taggart, 2000: 60-61). Bu eklenme güçlü bir işçi hareketinin olduğu bir ülke olan Brezilya'da neoliberalizmin bu son versiyonuyla uyumluydu. Bu tip neoliberalizm, piyasayı güçlendirmek için güçlü bir müdahaleci devleti teşvik ediyordu. Özellikle İşçi Partisi hükümetlerinin iktidarda olduğu tarihsel sürecin ikinci yarısından itibaren alt sınıfların sistem içine uyumlu şekilde eklenmesinin ardından üst sınıfların desteği yoğunlaştı ve piyasa koşullarının yeniden üretimi için yüksek büyüme oranlarının sürdürülmesi yönünde ekonomi alanına müdahalecilik keskinleşti (Saad-Filho ve Morais, 2018: 92-93).

Brezilya'daki bu gelişim neoliberalizmin tarihsel seyri ile uyumluydu. Keynesçi refah devletine karşı ideolojik bir yaklaşım ve uygulama olarak neoliberalizm, salt ekonomik bir bakış açısı

olmanın ötesinde siyasal biçimlenme talebiyle radikal bir farklılığa sahiptir (Clarke, 2005: 58). Neoliberalizm, klasik liberalizmden farklı olarak piyasayı doğal bir alan olarak anlamaz. Neoliberal bakış açısında piyasa, yasalar, toplumsal ve ekonomik politikalar tarafından oluşturulan ve yeniden üretilen bir alandır. Vatandaşların hayatın her alanında rasyonel ekonomik aktörler olarak görüldüğü bir siyasal çerçevenin oluşumu teşvik edilmektedir (Brown, 2006: 694).

Keynesçilikten farklı olarak amacı arzı değil talebi canlandırmak, toplumu bir girişimciler topluluğuna dönüştürmek ve işçiler de dahil herkesi bir tür "girişimci" haline getirmektir (Lazzarato, 2009: 120). Finansallaşma yoluyla finansal olmayan sektörlerin kapsam altına alınması, merkez bankalarının bağımsızlığının güçlendirilmesi ve kaynakların çevreden merkeze yönlendirilmesi pratiğinin derinleştirilmesi neoliberalizmin temel ilkeleri olarak görülebilir (Dumenil ve Levy, 2005: 10). Neoliberalizm, özellikle rekabet açısından klasik liberalizmin basit bir devamı olarak yapılandırılmamıştır. Neoliberal yaklaşımda rekabet her zaman devlet müdahaleleriyle korunacak bir düzeni gerektirir (Foucault, 2008).

İşçi Partisi'nin Lula ve Dilma Rousseff ile geçen on yıllık iktidarında dahi verili neoliberal düzenin limitleri ihlal edilmemişti. Es zamanlı olarak, güvencesiz nüfus kesimleri için gelir transferi programları, bazı azınlık kotaları ve asgari ücretin kısmen iyileştirilmesi gibi sosyal politikalar ile alt gelir gruplarında biriken öfke kontrol altına alınmıştır (Boito, 2016: 258-259). Bu uygulamalar esas olarak Brezilya tarihi ile uyumludur. Alt sınıfların yönetimi sorunu Brezilya'da her zaman üst sınıfların ve onların temsilcilerinin egemenliğinin merkezi olmuştur. Getulio Vargas'tan (1930-1945 ve 1951-1954) günümüz Brezilya'sına kadar kırsal tarım nüfusu ve kentli düşük gelir grupları ile kentsel sanayi nüfusu arasındaki ayrım, popülizm ve otoriter liderlik arasında git gel yasayan bir yönetim pratiği olarak yerleşik hale gelmiştir (Davilla, 2006: 260).

Eski bir sendika lideri olan Lula, Brezilya'da işler olduğu haliyle kapitalizminin dışlayıcı doğasına ve pratiklerine karşı olası bir toplumsal çatışmaya karşı mükemmel bir karşı kaldıraç ve anti-empyrist bir ajandası bulunmamaktaydı (Boito, 2010). Lula döneminde yapıldığı iddia edilen yolsuzluklar karşısında açılan Lava Jato operasyonu ve devamındaki davada İşçi Partisi bu davayı bir tür darbe olarak değerlendirmesine rağmen kendisini en baştan destekleyen toplumsal hareketlerin ve nüfus kesimlerinin desteğini yönlendirmeyi başaramamıştı (Saad-Filho ve Morais, 2018: 151). Bu durumun gerçekleşmesinde 2011 yılında yaşanan küresel ekonomik krizin ardından Lula ile başlayan reformlarının sürdürülebilmesi için yüzde 5 büyümeye ihtiyaç duyulduğu koşullarda toplumsal rıza üretimi çıkmaza girmesi etkiliydi (Singer, 2015: 43-45). Ancak daha önemli olan neden geçmişte toplumsal hareketler ile sağlanmış olan yoğun ilişkilerin iktidar sürecinde sürdürülememiş olmasıdır. Lava Jato sürecine karşı güçlü bir muhalefetin oluşması imkânsızdı. Alt sınıfların beklentilerinin aksine İşçi Partisi vaatlerini yerine getirememesi temel nedendi. Özellikle topraksızlar ve evsizler gibi spesifik gruplara odaklı olan toplumsal hareketlerin talepleri karşılanamamış olması etkili olmuştur bu süreçte (Petras ve Veltmeyer, 2005: 91-92; Machado, 2009: 30).

Bolsonaro, Popülizm ve Otoriterlik

İşçi Partisi hükümeti, sendikal harekete dayatılan zorlukların üstesinden gelmeye katkıda bulunmadığı ve toplumsal hareketler ile derin ilişkiler kurma pratiğini sürdürmediği için radikal bir dönüşüm dinamiğinin olanaklarını yaratamamıştır (Galvão, 2009: 179). Sadece Lula'nın liderliği değil, Dilma Rousseff'in de aynı ekonomi politik hattı izlemesi nedeniyle neoliberal baskı karşısında mücadele etmemenin olanağı oluşmamıştır. Üstelik Lula sonrasında Rousseff aynı popülist liderlik özelliklerini de gösterememiş olduğu için İşçi Partisi daha defansif

bir karaktere bürünmüştür. Dilma Rousseff hükümeti, direniş yerine geri çekilme politikasını tercih etmiştir. Uygulanan neoliberal program nedeniyle parti kadroları kendi iktidarlarını savunmak için bile halk kesimlerini harekete geçirme inisiyatifi alamamıştır (Boito, 2016: 161).

Dilma Rousseff'in 2016'da görevden alınması ile başlayan süreçte Michel Temer başkan yardımcısı olması nedeniyle, anayasanın ilgili maddeleri gereği, başkan olarak atandı. Bu atama ile neoliberal reformların hız kazandığı iki yıllık bir ara döneme girildi. 2013 yılındaki hükümet karşıtı protestolar ve 2014'te yaşanan ekonomik krizin etkileri ve Lava Jato yolsuzluk soruşturması ile iktidarı zayıflatmış olan İşçi Partisi iktidarının yarattığı boşluktan faydalanan popülist lider Jair Bolsonaro aşırı sağ ve popülist söylemleri ile yükselme zemini yakaladı. Bolsonaro popülist söylemi ile İşçi Partisini sistemin temsilcisi rolündeki elitler olarak sundu kamuoyuna ve bu strateji ile iktidara geldi 2018 yılında. Jair Bolsonaro'nun iktidara gelişi, Brezilya'da sağ popülizmin yükselişinin tepe noktasına gelindiği bir tarihsel sürecin sonucuydu. Bolsonaro, geleneksel elitler olarak tarif ettiği tarihsel blok unsurlarına karşı karizmatik güçlü liderin sistem karşıtı söylemleriyle toplumsal rıza üretti ve otoriter eğilimlerini anti-sistemik eylemliliğin odağına yerleştirdi (Lynch ve Cassimiro, 2022: 74-75).

Askeri diktatörlük döneminde iş gücünün aşırı sömürsü ile kendisini yeniden üretebilen ve geleneksel olarak birincil ürün satışı ve finansman kaynağı bağlamında dışa bağımlı bir karaktere sahip olan Brezilya burjuvazisi baskıcı rejim ile uyumlu bir görüntü sergiledi. 1985 sonrasında bu sınıfın stratejileri kapsayıcı bir stratejiyi doğru evirilmiştir ve Lula döneminde maksimum seviyeye ulaşmıştır. Bolsonaro hareketi eski tip askeri rejim ile hukuki sınırlar arasında bir zemin bularak iktidara gelmiştir. Aynı zamanda ekonomik kertesi açısından askeri diktatörlük döneminin aşırı sömürü düzenine duyulan özlem hareketin iktidara gelmesinde en etkili faktördü (Mattos, 2022: 34-36). Bu durum Brezilya'da 1930'lardan itibaren şekillenmiş ve farklı dönemlerde çeşitli biçimler almış olan popülizm açısından özgün bir süreçti. Getulio Vargas döneminde (1930-1945 ve 1951-1954) popülizm, işçi sınıfına yönelik sosyal politikalar ve devletçi kalkınma modeli ile tanımlanırken, 1985 sonrası yaşanan demokratikleşme döneminde kavram daha çok siyasi bir suçlama aracı olarak kullanılmıştı kapsayıcı özelliğinin toplumsal tepkiyi soğurmasından faydalanılmasına rağmen (Lynch ve Cassimiro, 2022: 19).

Brezilya'da sağ devletçi muhafazakârlık, ekonomik liberalizm ve kültürel muhafazakârlık ve Brezilya'nın sömürge köklerine duyulan örtük nostalji gibi özelliklere sahip olagelmiştir. Bolsonaro donemi ek olarak şiddet övgüsü, anti-entelektüalizm, otoriter devlet propagandası ve lider kültü ile birlikte kendisini 1964 askeri rejiminin mirasçısı olarak sundu ve demokrasiyi yozlaşmış bir sistem olarak kavradı (Cyril-Lynch ve Paschoeto-Cassimiro, 2021: 243). Özellikle pandemi sürecindeki politikaları ve ekonomik kriz nedeniyle kamuoyu desteği zayıflarken, neoliberal reformlar, sert güvenlik politikaları ve kültürel muhafazakarlık çerçevesinde popülist yönetimini sürdürebilmesinde Brezilya sağının tarihsel özellikleri ile popülist momentin ihtiyaçlarını karşılamada gösterdiği beceri etkili oldu (Fischer ve Vaz, 2020: 133).

Popülizm üzerine akademik tartışmalar, Brezilya'da sol ve sağ ekseninde farklı biçimlerde yorumlanmıştır. Sol popülizm, toplumsal eşitsizlikle mücadeleyi merkeze alırken, sağ popülizm, geleneksel değerlerin ve düzenin korunmasını vurgulamıştır (Lynch ve Cassimiro, 2022: 18). Demokratik kurumların ne kadar dayanabileceği sorunun yanıtının belirsiz olduğu Bolsonaro tarzı otoriter taleplerle neoliberal politikaları birleştirerek sağ popülist bir söylem esas olarak İşçi Partisi'nin zıttı olarak konumlandırarak enerjisini devşirdi (Silva ve Machado Rodrigues, 2021: 103). Sağ popülist karakterine rağmen Bolsonaro dönemiyle birlikte popülist söylemin sınırları belirsizleşmiş ve giderek daha fazla siyasi suçlama aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır (Gomes, 2022: 7-9). Bolsonaro'nun söylemleri somut politika önerilerden çok manipülatif söylemler ve milliyetçi reaksiyonerdik ile öne çıkmıştır. Özellikle azınlık hakları gibi İşçi

Partisi'nin gündeminde olan meseleler siyasi alanda silikleşmiştir (Baptista, Hauber ve Orlandini, 2022: 116). İşçi Partisinin antitezi olarak kendisini tarif eden Bolsonaro'nun iktidar döneminde Brezilya'da olgunlaşan neo-faşizm ve neoliberalizmin iç içe geçmesi sureci bir yandan demokratik kurum ve kuralları aşınırken es zamanlı olarak da sistem karşıtı söylem ile desteği alınan işçilerin güvencesiz koşullarda çalıştığı düzenin yerleşik hale gelme süreci nihai halini almıştır (Dutra ve Lima, 2023). Sadece demokratik kurumlar değil aynı zamanda ordunun dar anlamda bir siyasal söylemin konusu olarak kullanılmaya başlanması ile demokratik düzeni temelden tehdit ettiği düşünülen Bolsonaro'nun bu imajı perçinlenmiştir (Filho, 2019). Bu durumun doğrudan yansıması Bolsonaro'nun söylemlerinin analizi ile anlaşılmaktadır. Bolsonaro'nun hükümet ettiği süreçte söylemlerinin analizi kapsamında çıkan sonuca göre militarizmi toplumsallaştırmaya çalıştığı anlaşılmaktadır. Militarizmin öne çıkarılmasının çarpıcı bir göstergesi olarak ordu kelimesinin barış kavramına göre Bolsonaro'nun söylemlerinde üç kez daha fazla kullanılmış olduğu görülmektedir (Dantas, 2021; Mazui ve Rodrigues, 2022)

SONUÇ

Bu çalışma, 2003 sonrası Brezilya'da sol ve sağ popülizmi neoliberal bağlamda karşılaştırmalı olarak ele almaktadır. Her iki popülist akımın da elitler ile halk arasındaki tarihsel gerilimi neoliberal düzen içinde nasıl yönettiğini ve bu süreçte nasıl işlev gördüğünü analiz etmektedir. Sol popülizm, toplumsal kapsayıcılık yoluyla sermaye birikimini istikrara kavuştururken, sağ popülizm dışlayıcı mekanizmalarla belirli sermaye fraksiyonlarını korumuştur. Her iki popülist strateji de elit karşıtı söylemlerine rağmen, mevcut düzeni radikal biçimde değiştirmemiş, aksine toplumsal gerilimi yöneterek neoliberal yapıyı yeniden üretmiştir. Bu süreçte burjuvazinin ihtiyaçlarına yanıt aranırken aynı zamanda Brezilya tarihinin yapısal sorunlarını asmak açısından sol popülizm altında toplumsal kapsayıcılık ve sağ popülizm altında dışlayıcı mekanizmalar ile elitler ve toplumsal kesimler arasındaki tarihsel çatışkı yeniden organize edilmeye çalışılmıştır. Sol popülizm, geniş halk kesimlerini ekonomik ve politik sisteme dahil ederek sermaye birikim sürecini istikrara kavuşturma stratejisinin bir unsuru haline gelmişken sağ popülizm belirli kesimleri dışlayarak kendine özgü bir "halk" tanımı inşa etmiş ve ulusal sermayenin belirli fraksiyonlarının çıkarlarını koruma altına almıştır. Her ne kadar iki popülizm türü farklı müesses nizam karşıtı ve yeni bir kurucu iktidar, "halk" tanımı, anlayışlarına dayanmış olsa da her ikisi de tercih ettikleri siyasal konumlanma ve tercihler kapsamında elitler ve halk arasındaki tarihsel gerilimi yeniden üretmiştir. Bu iki ayrı popülist strateji söylemsel düzeyde elit karşıtı olmalarına rağmen neoliberal düzen ve onu önceleyen müesses nizam konusunda radikal bir kopuş stratejisi üretememişlerdir.

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

Anselmi, M. (2018). *Populism: An Introduction*, New York: Routledge.

- Baptista, É. A., Hauber, G. and Orlandini, M. (2022). Despolitização e populismo: as estratégias discursivas de Trump e Bolsonaro. *Média and Jornalismo*, 22(40), 105-119. https://doi.org/10.14195/2183-5462_40_
- Boito, A. (2003). A Hegemonia Neoliberal no Governo Lula, *Critica Marxista*, 17, 9-35.
- Boito, A. (2010). *Social class and politics in Brazil: from Cardoso to Lula; In: Economic Transitions Neoliberalism in Middle-income Countries: Policy Dilemmas, Economic Crises, Forms of Resistance*, Edited: Alfredo Saad-Filho and Galip L. Yalman, London: Routledge.
- Boito, A. (2016). A Crise Política do Neodesenvolvimentismo e a Instabilidade da Democracia, *Critica Marxista*, 42, 155-162.
- Clarke, S. (2005). *The Neoliberal Theory of Society*, in: *Neoliberalism A Critical Reader*, Edited by: Alfredo Saad-Filho and Deborah Johnston, London: Pluto Press.
- Cyril-Lynch, C. E. and Paschoeto-Cassimiro, P. (2021). O Populismo Reacionário No Poder: Uma Radiografia Ideológica Da Presidência Bolsonaro (2018-2021). *Aisthesis*, (70), 223-249.
- Dantas D. (2021). *Bolsonaro Usa Mais O Termo 'Militar' Que 'Democracia' Em Discursos E Falas Públicas* [Online] <https://oglobo.globo.com/politica/bolsonaro-usa-mais-termo-militar-que-democracia-em-discursos-falas-publicas-1-25213226> Erişim Tarihi 15.02.2025.
- Davilla, J. (2006). *Myth and Memory: Getúlio Vargas's Long Shadow over Brazilian History*, in: *Vargas and Brazil New Perspectives*, Edited by: Jens R. Hentschke, New York: Palgrave Macmillan.
- Duménil, G. and Lévy D. (2005). *The Neoliberal (Counter-) Revolution*, in: *Neoliberalism A Critical Reader*, Edited by: Alfredo Saad-Filho and Deborah Johnston, London: Pluto Press.
- Dutra R. Q. e Lima R. S. (2023). Neofascismo, Neoliberalismo e Direito Do Trabalho No Governo Bolsonaro, *Revista Direito e Práxis.*, Rio de Janeiro, 14(3), 1771-1804. DOI: 10.1590/2179-8966/2022/62927 | ISSN: 2179-8966.
- Finchelstein, F. (2019). *Do Fascismo Ao Populismo Na História*, São Paulo: Almedina Brasil.
- Fischer, S. and Vaz, A. (2022). Populismo no Brasil de contrapositores: manipulação do autêntico e profanação do contrário. *Revista Agenda Política*, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 131–156, DOI: 10.31990/agenda.2020.1.5.
- Foucault, M. (2008). *The Birth of Biopolitics: Lectures at the College de France 1978-79*; New York: Palgrave Macmillan.
- Galvão, A. (2009). A Reconfiguração Do Movimento Sindical No Governo Lula, *Outubro Revista*, Edição 18, 179-200.
- Gomes, Angela de Costa (2022). O populismo no Brasil: Desafios de um debate historiográfico. *Estudos Ibero-Americanos*, 48(1), e42806.
- Laclau, E. (2007). *Popülist Akıl Üzerine*, Ankara: Epos Yayınları.
- Lazzarato, M. (2009). Neoliberalism in Action Inequality, Insecurity and the Reconstitution of the Social, *Theory, Culture & Society*, 26(6): 109–133.
- Leopoldi, M. A. (2009). Reforming Social Security under Lula: Continuities with Cardoso's Policies, Edited By: Joseph L. Love and Werner Baer, *Brazil Under Lula: Economy, Politics, and Society under the Worker-President* içinde (221-243), New York: Palgrave Macmillan.

- Mattos, M. B., (2022). Governo Bolsonaro Neofascismo E Autocracia Burguesa No Brasil, *Relações Internacionais*, Número 73, Março, <https://doi.org/10.23906/ri2022.73a03>
- Mazui, G. e Rodrigues, P. (2022), *Em Discurso, Bolsonaro Defende Ditadores Militares E Deputado Dos Atos Antidemocráticos*, [Online] <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/03/31/em-discurso-no-planalto-bolsonaro-defende-ditadores-militares-e-deputado-reu-por-atos-antidemocraticos.ghtml> Erişim Tarihi 15.02.2025.
- Mouffe, C. (2005). The 'End of Politics' and the Challenge of Right-wing Populism, Edited By: Francisco Panizza, *Populism and the Mirror of Democracy*, London: Verso.
- Mudde, C. and Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*, Oxford: Oxford University Press.
- Müller, J.W. (2018). *Popülizm Nedir*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Petras, J. and Veltmeyer H. (2005). *Social Movements and State Power: Argentina, Brazil, Bolivia, Ecuador*, Pluto Press: London.
- Rebouças, H. S.; Costa, D. S.; Silva, L. S. E Gonçalves, J. De C.; Nascimento, A. F. (2022). Lula e Bolsonaro populistas? A visão de populismo dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo em alusão aos dois presidentes brasileiros. *Média & Jornalismo*, 22(40), 121-140. DOI: 10.14195/2183-5462_40_6.
- Ricci, P., Izumi, M. and Moreira D. (2021) O Populismo no Brasil (1985-2019), Um Velho Conceito A Partir De Uma Nova Abordagem, *Revista Brasileira Ciências Sociais*, 36(107): 1-21. <https://doi.org/10.1590/3610707/2021>.
- Saad-Filho, A. and Morias, L. (2018). *Neoliberalism Versus Democracy: Brazil*, London: Pluto Press.
- Silva, M. G. D., and Machado Rodrigues, T. C. (2021). O Populismo de direita no Brasil: neoliberalismo e autoritarismo no governo Bolsonaro. *Mediações, Revista De Ciências Sociais*, 26(1), 86–107. <https://doi.org/10.5433/2176-6665.2021v26n1p86>.
- Singer, A. (2015). Cutucando Onças Com Varas Curtas: O ensaio desenvolvimentista no primeiro mandato de Dilma Rousseff (2011-2014), *Novos Estudos*, 102: 39-67.
- Singer, André, (2009). Raízes sociais e ideológicas do lulismo, *Novos estudos CEBRAP* (85), 83-102. <https://doi.org/10.1590/S0101-33002009000300004>.
- Souza, J. (2022). *Brasil Dos Humilhados: Uma Denúncia Da Ideologia Elitista*, Civilização Brasileira, Rio de Janeiro.
- Taggart, P. (2000). *Populism*, Buckingham: Open University Press.
- Weyland, K. (2021), Populism as a Political Strategy: An Approach's Enduring and Increasing Advantages. *Political Studies*, 69(2),185-189.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2025, 8(5): 381-394.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1543](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1543)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALE

Turist Rehberliği Mesleğinde Sessizliğin Dili: Türk İşaret Dilinin Önemi

Dr. Semahat GÖKER ÖZYÜREK, Bağımsız Araştırmacı, e-posta: semahatgkr08@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1263-6271>

Öz

İşaret dili, işitme engeli olan bireylerin iletişim amacıyla tercih ettikleri bir yöntemdir. İşitme engelli bireyler ile sağlıklı bir iletişim kurabilmenin tek yoludur. Turizm olgusunda işaret dilinin bir iletişim aracı olarak kullanımında turist rehberlerine büyük sorumluluk düşmektedir. Turist rehberliği mesleği, kültürel aktarım ve iletişim açısından önemli rol oynamaktadır. Ancak işitme engelli bireyler için iletişimde yaşanan zorluklar, turistik deneyimin kalitesini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu çalışmada, işitme engelli turistler için Türk İşaret Dili'nin (TİD) önemine kavramsal bir bakış sunulmakta ve TİD'nin turist rehberliği mesleğindeki rolü incelenmektedir. Çalışma, erişilebilir turizmin önemini vurgularken, turist rehberlerinin TİD yeterliliğinin işitme engelli turistlerin deneyimlerine nasıl katkı sağlayacağını ele almaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir ve kapsayıcı turizme yönelik önerilere de yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği, Türk İşaret Dili, Erişilebilir Turizm, İşitme Engelli Turistler, Sürdürülebilir Turizm.

Makale Gönderme Tarihi: 14.02.2025

Makale Kabul Tarihi: 05.05.2025

Önerilen Atf:

Göker Özyürek, S. (2025). Turist Rehberliği Mesleğinde Sessizliğin Dili: Türk İşaret Dilinin Önemi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(5): 381-394.



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

2025, 8(5): 381-394. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1543](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1543)
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

**The Language of Silence in Tour Guiding: The Importance of Turkish Sign
Language**

Dr. Semahat GÖKER ÖZYÜREK, Independent Researcher, e-mail: semahatgkr08@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1263-6271>

Abstract

Sign language is a method preferred by individuals with hearing impairments for communication. It is the only way to establish healthy communication with hearing-impaired individuals. In the context of tourism, tour guides play a significant role in using sign language as a communication tool. The profession of tour guiding holds an essential position in terms of cultural transmission and communication. However, communication challenges faced by hearing-impaired individuals can negatively impact the quality of their tourist experience. This study provides a conceptual perspective on the importance of Turkish Sign Language (TSL) for hearing-impaired tourists and examines its role in the profession of tour guiding. While emphasizing the importance of accessible tourism, the study discusses how tour guides' proficiency in TSL can contribute to the experiences of hearing-impaired tourists. In this context, it also presents recommendations for sustainable and inclusive tourism.

Keywords: Tour Guiding, Turkish Sign Language, Accessible Tourism, Deaf Tourists, Sustainable Tourism.

Received: 14.02.2025

Accepted: 05.05.2025

Suggested Citation:

Göker Özyürek, S. (2025). The Language of Silence in Tour Guiding: The Importance of Turkish Sign Language, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(5): 381-394.

GİRİŞ

İletişim, insanın toplumsal bir varlık olarak varoluşundan itibaren temel ihtiyaçlarından biri olarak ortaya çıkmıştır. Mağara duvarlarına yapılan resimler, Afrika yerlilerinin çıkardıkları çeşitli sesler ve Kızılderililerin dumanla mesaj iletmek amacıyla ateş kullanmaları, iletişim sağlamak için başvurulan ilk yöntemler arasında yer almaktadır (Yüksel, 1994:9). Günlük yaşamda insanlar, duygu ve düşüncelerini çevrelerindeki bireylere aktarmak için sürekli iletişim halindedir. Ancak işitme ve konuşma engelli bireyler, sözlü iletişim yöntemlerini kullanamadıkları için çevreleriyle etkileşim kurmakta zorluk yaşayabilirler. Bu bireyler, başkalarıyla iletişim sağlamak amacıyla işaret dilini tercih ederler.

Turizm sektöründe ise iletişim, yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda kültürel aracı olma, deneyimi yönlendirme ve misafirin duygusal ihtiyaçlarına yanıt verme işleviyle çok daha derin bir anlam taşımaktadır. Bu noktada turist rehberleri, farklı geçmişlerden gelen bireyler arasında köprü kuran, çok dilli ve çok kültürlü etkileşimin merkezinde yer alan kilit iletişim aktörleridir. Rehberin iletişim becerisi; yalnızca sözel anlatım değil, beden dili, mimik, jest ve alternatif iletişim kanallarını etkili şekilde kullanma yetisiyle de ölçülmektedir. Bu nedenle, işitme engelli bireylere yönelik hizmetlerde, işaret diline dayalı görsel-işitsel iletişimin sağlanabilmesi için rehberlerin bu dili bilmesi yalnızca bir beceri değil, aynı zamanda etik bir sorumluluktur.

İşaret dili, iletişim kurmakta güçlük yaşayan bireylerin sosyal yaşama katılımını mümkün kılan temel bir araçtır. Görsel-işitsel engelli bireyler için işaret dili, yalnızca bir iletişim yöntemi değil; aynı zamanda sosyal hayata dahil olma, eğitim alma, istihdam sağlama ve turizm gibi hizmet sektörlerinden yararlanma hakkının anahtarıdır. İşaret dili, el hareketleri ve yüz ifadeleri aracılığıyla iletişimi mümkün kılan, her ülkede farklılık gösteren ve evrensel olmayan görsel bir dil olarak tanımlanabilir (Fırat ve Uğurlu, 2018:490). Bütün dünyadaki işitme engellilerin tek bir işaret dili kullandığı sanılmaktadır (Arık, 2016b:7). Ancak, dünya genelinde 200'ün üzerinde farklı işaret dili bulunmaktadır. Bunlar arasında Amerikan, İngiliz, Alman, Fransız, İtalyan, Hint ve Türk işaret dilleri öne çıkan örneklerdendir (Arsan ve Ülgen, 2015).

Doğal insan dilleri temel olarak iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Bunlardan ilki, işitsel-sözel iletişimi temel alan konuşma dilleridir; ikincisi ise görsel-jestsel bileşenler aracılığıyla iletişimi sağlayan işaret dilleridir. İşaret dili, sözlü semboller yerine el hareketleri, parmak pozisyonları, yüz ifadeleri, mimikler ve vücut hareketleri gibi görsel öğeleri içeren semboller aracılığıyla iletişimi sağlayan kapsamlı bir dil sistemidir (Armstrong ve Wilcox, 2003; Kubuş, İlkbaşaran ve Gilchrist, 2016). İşaret dili, duyma engeli olan bireylerin etkili iletişim kurabilmeleri için tercih ettikleri temel yöntemlerden biridir (Arık, 2016b).

İşitme ve konuşma engelli bireyler, turizm faaliyetlerine katılmak istediklerinde de çeşitli engellerle karşılaşmaktadırlar. Seyahat esnasında bilgi alma, yön bulma, sosyal etkileşim kurma ve kültürel içerikleri anlama gibi temel unsurlar, iletişim sorunları nedeniyle sekteye uğrayabilmektedir. Bu durum, işitme engelli bireylerin turizm deneyimlerinin sınırlı, yetersiz ya da dışlayıcı olmasına yol açmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün 2021 yılı verilerine göre, dünya nüfusunun %5'inden fazlası (432 milyon yetişkin ve 34 milyon çocuk) işitme kaybı yaşamaktadır. 2050 yılına kadar işitme kaybı yaşayan insanların sayısının 700 milyonu bulacağı tahmin edilmektedir (WHO, 2021). Türkiye'de ise doğuştan işitme kayıpları oldukça yaygındır ve bu durum en sık karşılaşılan sağlık sorunlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Türkiye'de her yıl ortalama 2500 bebek işitme kaybıyla dünyaya gelmektedir (Şahlı ve Belgin, 2011). Ülkemizdeki işitme engelli sayısına ilişkin verilere baktığımızda; Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığınca oluşturulan Ulusal Engelli Veri Sisteminde kayıtlı ve hayatta olan engelli sayısı; 1.414.643'ü erkek, 1.097.307'si kadın olmak üzere 2.511.950 olduğu görülmekte ve bunların 179.867'sini işitme engelliler oluşturmaktadır (www.hsgm.saglik.gov.tr).

Bu bağlamda, turist rehberlerinin iletişim becerilerinin geliştirilmesi, yalnızca hizmet kalitesini artırmakla kalmayacak; aynı zamanda işitme engelli bireylerin toplumsal hayata eşit katılım hakkını da güvence altına alacaktır. İşaret dili yeterliliğine sahip bir rehber, hem mesleki niteliğini yükseltmekte hem de sessizliğin diliyle engelleri aşarak turizmi daha kapsayıcı hale getirmektedir. Turizm, günümüzde erişilebilirlik ve kapsayıcılık ilkeleriyle gelişen, her bireyin katılım hakkına sahip olduğu bir sektör haline gelmiştir. Turist rehberliği mesleği, yalnızca bilgi aktarmakla sınırlı kalmayıp, ziyaretçinin deneyimini anlamlı ve etkili hale getiren bir köprü işlevi görmektedir. Bu bağlamda, işitme engelli bireylerin turizmden eşit düzeyde yararlanabilmesi için turist rehberlerinin Türk İşaret Dili (TİD) konusunda yeterli bilgi ve beceriye sahip olması büyük önem taşımaktadır. TİD, işitme engelli turistlerin ihtiyaçlarına cevap vermek ve onların turistik deneyimlerini kaliteli kılmak için etkili bir araç sunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, turist rehberliği mesleğinde TİD'nin önemini kavramsal bir çerçevede incelemek ve bu konuda farkındalık yaratmaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Türk İşaret Dili: Tarihçesi ve Özellikleri

Türk İşaret Dili (TİD), en eski işaret dillerinden biri olarak kabul edilmektedir. Her ne kadar bu durum tam olarak kanıtlanmamış olsa da TİD'nin köklerinin Osmanlı İmparatorluğu dönemindeki Osmanlı İşaret Dili'ne dayandığı düşünülmektedir. Deneyimli işaret dili kullanıcılarının genç sağır bireylere aktarmasıyla zamanla yaygınlaşmış ve gelişmiştir. Özellikle 1470'lerden itibaren Osmanlı saraylarında sağır bireylerin görev aldığı tahmin edilmektedir. 16. yüzyılda Topkapı Sarayı'nda sağır bireyler arasında işaret dilinin resmî olarak kullanıldığına dair kayıtlara rastlanmaktadır. Ayrıca bazı Osmanlı sultanlarının işaret dili bildiğine dair bilgiler mevcuttur (Erten ve Arıcı, 2022:7).

Osmanlı'da işaret dili yaklaşık 400-500 yıl boyunca öğrenilmiş ve kullanılmıştır. Ancak bu durum, işaret dilinin yalnızca saray çevresinde kullanıldığı anlamına gelmemektedir. İşitme engelli doğan veya küçük yaşta işitme yetisini kaybeden bireylerin bulunduğu büyük şehirlerde de işaret dili oldukça yaygındı. Özellikle İstanbul, Edirne ve diğer önemli merkezlerde sağır bireyler kamu hizmetlerinde ve mahkemelerde görev almıştır. Sağır bireylerle iletişim kurabilmek amacıyla işitme engeli bulunmayan hâkimler, saray çalışanları ve aile fertleri de işaret dili öğrenmiştir (Miles, 2009: 4-9). Osmanlı toplumunda sağır ve dilsiz bireyler, çeşitli statü ve görevlerde yer almıştır. Bu bireyler arasında toprak sahipleri, sanatkârlar, esnaflar ve hizmetliler bulunmaktadır. Sağır ve dilsiz esnafların, yabancı seyyahları bile şaşırtacak düzeyde etkili iletişim kurabildiği belirtilmektedir. Bu duruma, Osmanlı sarayından emekli olan sağır bireylerin önemli katkılar sağladığı ifade edilmektedir (Erken, 2015:72). 1500-1700 yılları arasında Osmanlı İmparatorluğu'nda, mahkemelerde gizliliği sağlamak amacıyla sağır bireylerden oluşan özel bir topluluğun görevlendirildiği bilinmektedir. Bu dönemde, gizlilik gerektiren görevlerde sağır bireylerin sıklıkla istihdam edildiği dikkat çekmektedir (Çakır, Çetin ve Baş, 2013:2).

Osmanlı Devleti'nin son dönemleri ile Cumhuriyet döneminin sağır eğitiminin başlangıcına kadar olan geçiş sürecine dair yeterli bilgi bulunmamaktadır. Bu nedenle Osmanlı İşaret Dili ile modern Türk İşaret Dili (TİD) arasındaki sürekliliğe ilişkin kesin bir yargıda bulunmak mümkün değildir. Ancak net bir şekilde ifade edilebilecek olan, modern TİD'nin herhangi bir Avrupa işaret dili ile bağlantısının olmadığıdır. Özellikle Osmanlı'nın en yakın ilişki içerisinde olduğu Fransa İşaret Dili ile modern TİD arasında da benzerlik bulunmamaktadır. Eğer Osmanlı İşaret Dili ile modern TİD arasındaki süreklilik belgelerle kanıtlanabilirse, TİD'nin dünyanın en eski işaret dillerinden biri olduğu ortaya konulabilecektir (Zeshan, 2003:46-47).

Yıldız Sağır Okulu, işaret dilinin yasaklanmasına yönelik alınan konferans kararlarından etkilenmemiştir. Paris ekolünü takip eden okul, eğitimde işaret dilini kullanmaya devam etmiştir. Ancak Cumhuriyet'in ilanından sonra oralist eğitimin etkisi giderek artmıştır (Kemaloğlu, 2014: 19-20). Sağırın eğitimi için açılan ikinci kurum Cumhuriyet'in ilk yıllarında İzmir'de faaliyete başlamıştır. Bu okulun kuruluş tarihi ve kurucusu hakkında farklı görüşler bulunsa da, okul müdürlerinden biri olan Dr. Necati Kemal, Almanya'da sağırın eğitimi üzerine araştırmalar yapmış ve ruh ve sinir hastalıkları uzmanı olarak ülkeye dönmüştür. İzmir'deki bu okulda işaret dili yerine telaffuz ve konuşurmaya dayalı eğitim esas alınmış, bu yöntem Alman metodunun Türkiye'de yaygınlaşmasına katkı sağlamıştır (Akalin ve Oral, 2013). İstanbul'daki Sağır ve Dilsiz Okulu kapandıktan sonra İzmir'deki okul, bir süre Türkiye'nin tek sağır ve dilsiz okulu olarak eğitim vermeye devam etmiştir. Bu eksiklik, işitme engelli bireylerden biri olan Süleyman Sırrı Gök'ün kişisel çabalarıyla 1944 yılında İstanbul'da yeni bir okulun açılmasıyla giderilmiştir. Süleyman Sırrı Gök, eğitimde Fransız ekolünü benimseyerek işaret dili ve parmak alfabesi kullanmıştır. İzmir'deki okul ise Alman ekolünün etkisiyle oral eğitimi esas almış ve işaret dilinin kullanımını yasaklamıştır. Modern Türk İşaret Dili'nin günümüze ulaşmasında Süleyman Sırrı Gök'ün çalışmaları büyük önem taşımaktadır (Akalin ve Oral, 2013; İlkbasaran ve Taşçı, 2012).

1953 yılında Millî Eğitim Bakanlığı tarafından çıkarılan bir kanunla okullarda işaret dili kullanılması yasaklanmıştır. Bu yasağın temelinde, sözel eğitimin erken yaşta sağır bireylerin konuşma becerilerini geliştireceği inancı yatmaktadır. Ancak zamanla bu yöntemin etkisiz olduğu anlaşılmış ve 2005 yılında söz konusu yasa kaldırılmıştır (Kın, 2019:9).

Türk İşaret Dili (TİD), bazı yerel farklılıklar barındırsa da ülke genelinde büyük ölçüde aynıdır. Türkiye'nin farklı bölgelerinden sağır bireyler, birbirleriyle kolayca iletişim kurabilmektedir. Ancak Avrupa ve Amerika gibi yabancı ülkelerden gelen sağır turistlerle iletişim kurmakta zorluk yaşanmaktadır. Bu durum, TİD'nin bu ülkelerin işaret dilleriyle tarihsel bir bağlantısının olmadığını düşündürmektedir (Zeshan, 2003:43).

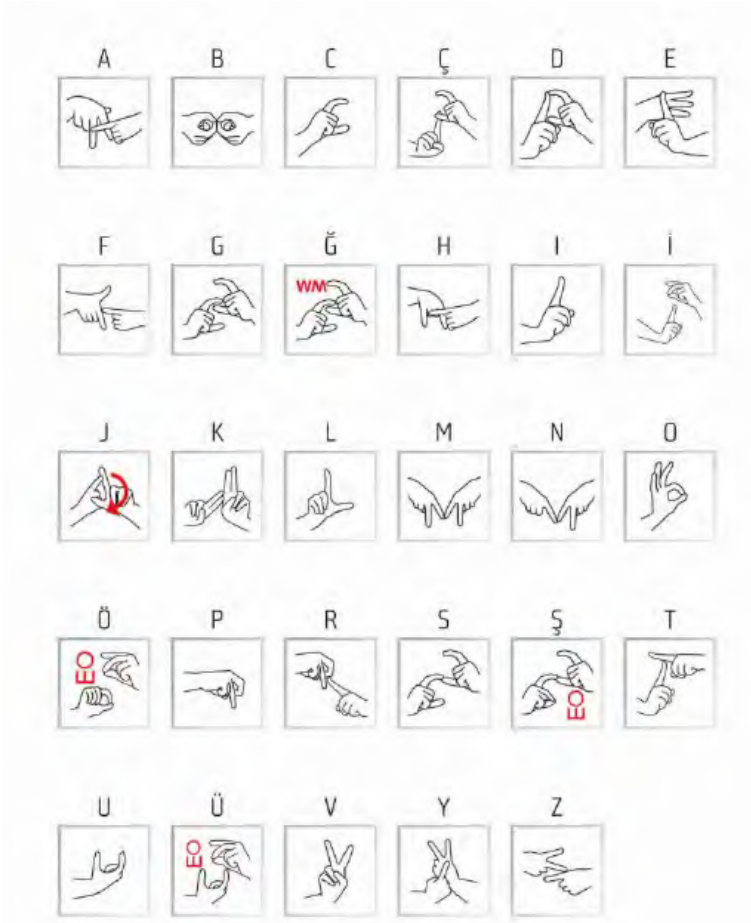
Türk Dil Kurumu, 7-8 Haziran 2007 tarihlerinde düzenlenen Birinci Türk İşaret Dili Çalıştayına kadar Türk İşaret Dili (TİD) parmak alfabesinde bölgesel farklılıklar görülmeye devam etmiştir. Tek el ve çift el ile yapılan farklı gösterimlere sahip olan TİD alfabesi için çalıştayda, her harfin tek bir işaretle temsil edilmesi konusunda uzlaşa sağlanmış ve bu standart alfabe kamuoyuna tanıtılmıştır (Akalin, 2013).

Günümüzde Türkiye'de Sağır Federasyonu, yerel ve ulusal düzeyde düzenli olarak toplantılar ve organizasyonlar düzenlemektedir. Ancak edebiyat ve kültür alanında, özellikle işaret dili tiyatrosu gibi etkinlikler neredeyse hiç bulunmamaktadır. Yapılan organizasyonlar ağırlıklı olarak spor alanında yoğunlaşmaktadır. Bunun yanı sıra, televizyon kanallarında haber bültenleri ve bazı programlar işaret dili ile sunulmaktadır (Zeshan, 2003:44-45).

İşaret dili, Türk Dil Kurumu sözlüğünde "işitme engellilerin kendi aralarında iletişim kurarken el ve yüz hareketlerini kullanarak oluşturdukları görsel dil" şeklinde tanımlanmaktadır (TDK).

Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi (United Nations Convention on the Rights of Persons with Disabilities [UNCRPD], 2006) ve AB Engellilik Stratejisi (2010), engelli bireylerin haklarını korumak ve geliştirmek amacıyla uluslararası alanda yeni düzenlemeler ve uygulamalar ortaya koymuştur. Türkiye, bu sözleşmeyi 30 Mart 2007'de imzalayarak uyum sürecine başlamış ve gerekli yasal düzenlemeler üzerinde çalışmalara başlamıştır. Sözleşmede özellikle engelsiz erişim kavramı vurgulanmış; bu kavram, görme, işitme, zihinsel ve bedensel engelli bireylerin toplumsal hayata ayırım yapılmaksızın katılabilmeleri ve eşit fırsatlara sahip olmaları gerektiğini ifade etmektedir. Türkiye'de 2020 yılının "Erişilebilirlik Yılı" ilan edilmesiyle birlikte, bu alandaki akademik çalışmalar, araştırmalar ve uygulamalarda önemli ilerlemeler kaydedilmiş; sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları ve akademinin iş birliği ile engellilerin

kamusal hizmetlere erişimini kolaylaştırmak adına çeşitli projeler hayata geçirilmiştir (Oral, 2024:1571).



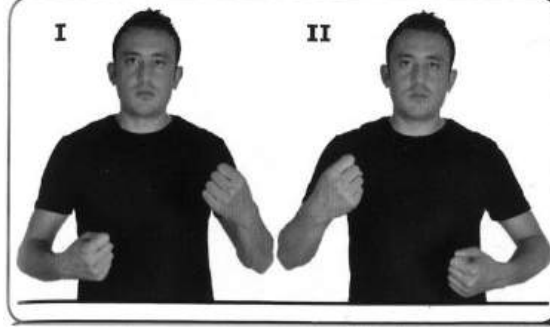
Şekil 1. TİD Parmak Alfabeti (MEB)

Kaynak: www.orgm.meb.gov.tr

Toplumda işaret dillerine yönelik pek çok yanlış algı bulunmaktadır. Bu yanlış algıların temelinde, işiten bireylerin işaret dilini bilmemesi, bu nedenle işitme engelli bireylerle iletişim kurulamaması ve işitme engelliler ile işaret dillerinin tarihsel gelişimi konusunda yeterli bilgi ve toplumsal bilincin eksikliği yer almaktadır (Erten ve Arıcı, 2022 :3). Toplumda işaret dillerinin yalnızca jest ve pantomimlerden oluştuğu yönünde yanlış bir algı bulunmaktadır. Oysa işaret dilleri de konuşma dilleri gibi karmaşık ve zengin bir yapıya sahiptir. Bu diller, rastgele değil, belirli kurallar çerçevesinde biçimlenir. Tıpkı konuşma dilleri gibi işaret dillerinin de kendine özgü dil bilgisi kuralları mevcuttur (Arık, 2016a:7; Karaca ve Bayır, 2018:37).

Türk İşaret Dili (TİD), işiten bireyler tarafından sağırılar için tasarlanmış yapay bir dil değildir. Kendi özgün yapısı ve dil bilgisi kuralları bulunan, sağır bireylerin doğal süreçlerle geliştirdiği ana dillerinden biridir. TİD, doğal bir dilde bulunması gereken tüm unsurları bünyesinde barındırmaktadır (Demir, 2010:1-2). Türk İşaret Dili (TİD), Türkiye'deki sağır topluluğun kendine özgü dil bilgisi kuralları, kelime hazinesi ve kullanım biçimleriyle Türk sağır kültürünü yansıtan doğal, görsel-uzamsal bir dildir (Zeshan, 2003; Akalın, 2013; Kubuş, İlkbaşaran ve Gilchrist, 2016; Oral, 2016). TİD'nin, diğer işaret dilleriyle doğrudan tarihsel bir bağı bulunmamaktadır ve başka bir işaret dilinden türemediği için tamamen kendine özgü bir yapıya

sahiptir (Dikyuva, Makaroğlu ve Arık, 2015: 53). Cümle yapıları, TİD'nin dil bilgisi kurallarına göre şekillenir ve bu dil, konuşma dillerinin kelimelerinin sırayla işaret karşılıklarının yapılmasıyla oluşan bir sistem değildir (Kubuş vd., 2016; Dikyuva vd., 2015). Bu nedenle yalnızca işaretleri öğrenmek, sağır bireylerle etkili iletişim kurmak ya da anlamlı cümleler oluşturmak için yeterli değildir. Örneğin, "Ben araba kullanıyorum" ifadesi, işaretçinin uzamda ellerini bir direksiyonu tutar gibi konumlandırıp aynı anda direksiyon çevirme hareketi yapmasıyla eş zamanlı olarak aktarılır.



Resim 1. Araba kullanma işaretinin TİD'de gösterimi

Kaynak: Oral, 2024: 1575.

İşitme engelli bireyler, kendi aralarında iletişimi işaret diliyle sağlarken, işiten bireylerle iletişimleri ortak bir dilin olmaması nedeniyle oldukça sınırlı kalmaktadır. İşitme engelli bireylerin işitme ve dolayısıyla konuşma yetisini kazanması oldukça zor, hatta imkânsız olabileceğinden, işiten bireylerin işaret dili öğrenmesi, bu iletişimde en doğru ve etkili yol olarak görülmektedir (Karaca ve Bayır, 2018 :36).

İşitme engelli bireylerin Türkçe kullanımları incelendiğinde, yazılı ifadelerinde bazı unsurlara dikkat etmedikleri gözlemlenmiştir. Özellikle noktalama işaretlerini kullanmadıkları veya bu konuda zorluk yaşadıkları, cümlelerin ilk harflerini büyük yazmadıkları sıkça tespit edilmektedir. Bu duruma ilişkin Akçamete (1999), işitme kaybı olan çocuklarla ilgili şu tespitlerde bulunmuştur:

- Sınırlı sözcük dağarcığına sahiptirler.
- Çoğul ekleri, bazı diğer ekleri, edatları ve fiilleri ihmal ederler.
- Kısa ve basit cümleler kurarlar.
- Soru cümlelerini anlamakta ve bu cümlelere yanıt vermekte güçlük çekerler.

İşitme engelli kişilerin turizme katılımlarında turist rehberlerinin rolü yadsınamayacak şekilde büyüktür. Turist rehberliği mesleğinde işaret dilinin diğer yabancı diller gibi sınava eklenmesi, işitme engelli bireylere yönelik hizmet kalitesini artıracak ve bu alanda rehberlerin daha kapsayıcı bir yaklaşım benimsemesine katkı sağlayacaktır. Böyle bir uygulama, işitme engelli turistlerin seyahat deneyimlerini zenginleştirirken, turizm sektöründe de önemli bir fark yaratacaktır.

Turist Rehberliğinde Türk İşaret Dili'nin Önemi

İşaret dili, sağır ve dilsiz bireylerin duygularını, düşüncelerini ve sosyal kimliklerini çevrelerine aktarabilmek için kullandıkları sözsüz bir iletişim aracıdır. İşaret dili, sağır ve dilsiz bireyler ile toplumun geri kalan bireyleri arasındaki iletişimde kilit bir role sahiptir. İşaret dilinin insanlar

arasında yaygın olarak bilinmemesi ve bir tercümana ihtiyaç duyulması dünyada var olan diğer diller için de önemli bir sorundur (Pacal ve Alaftekin, 2023).

İşitme ve konuşma engelli bireylerle sağlıklı bir iletişim kurabilmek için, iletişimde bulunan kişinin ilgili ülkenin işaret diline hâkim olması gerekmektedir. Bu durum, işaret dili bilmeyen bireylerin işitme ve konuşma engelli kişilerle anlaşmasında zorluklara ve karışıklıklara yol açabilmektedir (Rajaganapathy, Aravind, Keerthana ve Sivagami, 2015). Turist rehberliği, kültürel mirasın ve destinasyonların tarihi, sanatsal, doğal ve sosyal değerlerinin ziyaretçilere aktarılmasında köprü görevi gören önemli bir meslektir. Bu bağlamda, iletişimin etkinliği, rehberlik hizmetlerinin başarısını doğrudan etkileyen temel unsurlardan biridir. İşitme engelli turistlerin turistik faaliyetlere katılımını kolaylaştırmak ve onların destinasyon deneyimini zenginleştirmek için Türk İşaret Dili'nin (TİD) kullanımı büyük bir önem taşımaktadır.

TİD'nin rehberlik hizmetlerinde kullanılması, işitme engelli bireylerle iletişimde yaşanan engelleri ortadan kaldırarak daha kapsayıcı bir turizm deneyimi sunulmasını sağlar. İşaret dili bilen turist rehberleri, bu turistlerin ihtiyaçlarını daha iyi anlayabilir ve onların turistik faaliyetlere tam katılımını destekleyebilir. Bu durum yalnızca bireysel seyahat deneyimlerini iyileştirmekle kalmaz, aynı zamanda turizm sektöründe erişilebilirliğin artırılmasına da katkıda bulunur. Özellikle kültürel ve tarihî miras alanlarında rehberlerin işaret dili kullanarak bilgi aktarması, işitme engelli turistlerin mekânla daha güçlü bir bağ kurmasını sağlar. Bu bağlamda, işaret dili eğitimi almış turist rehberlerinin mesleki yetkinlikleri, sürdürülebilir ve kapsayıcı turizm uygulamaları açısından da kritik öneme sahiptir. İşitme engelli bireylerin turizm hizmetlerinden tam anlamıyla faydalanabilmeleri için TİD'nin yaygınlaştırılması ve rehberlerin bu alanda teşvik edilmesi gerekmektedir. Böylece, daha kapsayıcı ve eşitlikçi bir turizm sektörü inşa edilmesi mümkün olacaktır.

Türk İşaret Dili ile Turist Rehberlerinin Kültür Aktarımında Rolü

Kültürün en önemli taşıyıcı unsurlarından biri dildir. Dil, hem kültürün oluşmasını sağlayan "düşünceyi" hem de bu düşüncenin ifade edilmesini mümkün kılan iletişim araçlarını ortaya çıkarır. Bu ifadeler, bireyin davranışlarını şekillendirir ve insanın toplumla olan ilişkilerini düzenler. Bu süreç, kültürün temel unsurlarını oluşturur ve bu unsurlar dil aracılığıyla sonraki kuşaklara aktarılır. Bu nedenle dil öğretimi, kültür aktarımı açısından büyük önem taşımaktadır. Sadece okuma ve yazma düzeyinde dil öğretimi bile kültürün belirli yönlerinin aktarılmasını sağlar. Ancak kültür hem maddi hem de manevi unsurlar bakımından oldukça zengindir. Bu unsurların tümünün yeni nesillere sistematik bir şekilde aktarılması, eğitim programlarının bu boyutları içerecek şekilde tasarlanmasıyla mümkündür (Melanlıoğlu, 2008:67).

Dilin temel işlevlerinden biri, kültürün gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlamaktır. Kültür aktarımı, bir topluma ait kültürel değerlerin yeni nesillere öğretilmesi, bu değerlerin kavranması ve benimsenmesi sürecini ifade eder (Melanlıoğlu, 2008:65). Kültür aktarımı, adından anlaşılacağı üzere bir aktarım olması sebebiyle bir süreci içermektedir (Şevik, 2020:235). Kültür aktarımı, turist rehberliği mesleğinin en temel işlevlerinden biridir. Bu bağlamda, TİD'in kullanılması, işitme engelli turistlere yönelik kültürel bilgilerin daha etkin bir şekilde iletilmesini sağlamakta ve turistik deneyimlerin niteliğini artırmaktadır. Turist rehberleri, TİD aracılığıyla tarih, gelenekler, yerel yaşam biçimi ve kültürel mirasla ilgili bilgileri doğrudan aktarabilir ve bu sayede işitme engelli turistlerin destinasyonları daha derinlemesine anlamalarını mümkün kılabilir. Kültürel aktarımın görsel iletişim unsurlarına dayalı olması, TİD'nin bu süreçteki etkisini daha da artırmaktadır.

Türk İşaret Dili'nin rehberlik hizmetlerinde kullanılması, işitme engelli turistlerin kültürel değerleri daha yakından tanınmasını sağlarken aynı zamanda onların turistik deneyimlerini daha anlamlı hale getirmektedir. Bu bağlamda, işaret dili eğitimi alan turist rehberleri, iletişimde karşılaşılan engelleri ortadan kaldırmakta ve kültürel aktarımı daha kapsayıcı bir hale getirmektedir. Turist rehberlerinin bu alandaki yeterliliklerini artırmaları, işitme engelli turistler için özel olarak hazırlanmış turların sayısını ve niteliğini artıracak, kültürel mirasın daha geniş kitlelere ulaşmasını mümkün kılacaktır.

İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Engelli turizmde turist rehberliği uygulamaları üzerine niteliksel bir araştırma yapan Oduncuoğlu ve Efendi (2020), engelli turizmi bağlamında turist rehberlerinin bilgi ve bilinç düzeylerini, bu pazara yönelik bakış açılarını ve karşılaştıkları sorunları anlamak amacıyla yapılmış niteliksel bir araştırmadır. Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını artırmak ve bu süreçteki zorlukları en aza indirmek için rehberlerin rolünün kritik olduğu vurgulanmıştır. Araştırmada, 21 turist rehberi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve elde edilen bulgular, rehberlerin büyük çoğunluğunun engelli turizmne yönelik yeterli eğitimi olmadığını ancak bu alanda gelişim fırsatlarını memnuniyetle değerlendirmek istediklerini göstermiştir. Ayrıca, engelli turizminin gelişimi için rehberlere yönelik özel eğitim programlarının, turizm sektöründeki altyapı eksikliklerinin giderilmesinin ve işaret dili gibi iletişim araçlarının kullanımının önemine dikkat çekilmiştir. Katılımcılar, özellikle fiziksel engelli bireylerle yapılan turlarda erişilebilirlik sorunlarının sıkça yaşandığını belirtmiş ve turistik alanların bu konudaki yetersizliklerinin altını çizmiştir. Bu bağlamda, çalışma, engelli turizminin daha kapsayıcı ve sürdürülebilir hale gelmesi için rehberlerin daha iyi eğitilmesi ve sektörde farkındalığın artırılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Zeshan (2003)'ün çalışması, Türkiye'deki Türk İşaret Dili'nin (TİD) gramer yapısını inceleyen detaylı bir çalışma sunmaktadır. Türk İşaret Dili'nin tarihsel ve sosyolinguistik bağlamı, TİD topluluğunun sosyo-kültürel özellikleri ve dilin çeşitli bölgelerdeki lehçeleri ele alınmaktadır. Makale, TİD'nin gramatik açıdan diğer işaret dillerinden farklılaşan beş ana unsurunu ayrıntılı olarak incelemektedir. Bunlar arasında tamamlanmış eylemi ifade eden hareket türetimi, üç tür el hareketi ve yüz ifadesi ile yapılan olumsuzluk işaretleri, onurlandırıcı insan sınıflandırıcıları ve TİD'de kullanılan soru edatının tarihçesi yer almaktadır. TİD'nin yapısal özelliklerinin, işaret dili tipolojisine yeni perspektifler kazandırdığı belirtilmekte ve bu dilin, Osmanlı sarayında kullanılan eski işaret dili ile olası bağlarına da değinilmektedir. Bu kapsamda, TİD'nin hem tarihsel bir perspektiften hem de dilbilimsel açıdan önemi vurgulanmakta, özellikle işaret dili araştırmalarına ve işitme engelli topluluğunun eğitimine katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Malak Akgün (2021)'nin çalışması, işaret dili eğitimi almış ve almamış üniversite öğrencilerinin engelli bireylere yönelik tutumlarını ve uyum düzeylerini değerlendirmeyi amaçlayan kesitsel tanımlayıcı bir araştırmadır. Çalışmaya 115 üniversite öğrencisi katılmış, 57'si işaret dili eğitimi almış, 58'i ise almamıştır. Araştırma sonuçları, işaret dili eğitimi almış öğrencilerin engelli bireylere karşı daha olumlu tutumlar sergilediklerini ve sosyal uyum, kişilerarası ilişkiler, eğitim ortamı, çalışma yaşamı gibi alanlarda daha yüksek puanlar aldıklarını göstermektedir. Eğitim almış öğrencilerle almamış öğrenciler arasında genel uyum düzeyi açısından fark bulunmazken, sosyal uyum ve kendini gerçekleştirme gibi alt ölçeklerde eğitim almış öğrencilerin puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırma, işaret dili eğitiminin, engelli bireyleri tanımayı ve onlara karşı olumlu tutumlar geliştirmeyi teşvik ederek ruh sağlığına ve toplumsal farkındalığa katkı sağlayabileceğini vurgulamaktadır. Engelli bireylerle daha fazla etkileşim ve

bu tür eğitimlerin yaygınlaştırılması, toplumsal duyarlılık açısından önemli bir strateji olarak önerilmiştir.

Arsan ve Ülgen (2015)'nin çalışması, Türkçe İşaret Dili (TİD) ile işitme ve konuşma engelli bireylerin iletişim ihtiyaçlarına yanıt verebilmek için bir tercüme sistemi geliştirmeyi amaçlamaktadır. Kinect sensörü ve kontur analizi algoritmaları kullanılarak el hareketleri algılanmakta ve işaret dilindeki kelimelerin gerçek anlamları tematik rol latisleriyle belirlenmektedir. Bu sistem, işaret dili hareketlerini bilgisayar ekranında metne dönüştürerek işitme engelli bireylerin daha geniş kitlelerle iletişim kurmasını sağlamaktadır. Ayrıca, sistemin Türkçe'nin anlamsal çözümlemesine de katkıda bulunması hedeflenmiştir. Makalede, işaret dili tanımlama sürecinde kullanılan teknolojiler detaylıca açıklanmakta ve geliştirilen sistemin performansı örneklerle değerlendirilmektedir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Turist rehberliği mesleği, kültürel aktarım ve iletişimin temel taşlarından biri olarak turizm sektöründe kritik bir rol üstlenmektedir. Özellikle işitme engelli bireylerin turistik deneyimlerini zenginleştirmek ve erişilebilir turizm hizmetlerini daha kapsayıcı hale getirmek amacıyla Türk İşaret Dili (TİD) kullanımı giderek önem kazanmaktadır. Turist rehberlerinin TİD yeterliliği, işitme engelli turistlerle etkili iletişim kurmanın yanı sıra bu turistlerin destinasyonda daha olumlu ve anlamlı deneyimler yaşamalarını sağlamaktadır. İşitme engelli turistlerin ihtiyaçlarına uygun iletişim becerilerinin geliştirilmesi, onların turizm faaliyetlerine tam katılımını desteklerken turizm sektöründe erişilebilirliğin artırılmasına da katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda, işaret dili eğitimi alan turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri ve işitme engelli turistlerle kurdukları etkili iletişim sayesinde, sektörün sürdürülebilirlik ve kapsayıcılık hedeflerine ulaşması daha mümkün hale gelmektedir. TİD'nin turist rehberliği uygulamalarındaki rolü, rehberlerin kültürel ve tarihi bilgileri aktarmakla kalmayıp aynı zamanda destinasyonlardaki deneyimlerin daha kapsayıcı ve eşitlikçi bir biçimde sunulmasını da sağlamaktadır. Bu çerçevede, işaret dilinin yaygınlaştırılması, turistik hizmetlerde kalite standardını yükseltecek ve işitme engelli bireylerin seyahat deneyimlerini iyileştirecektir.

Bu çalışmada, Türk İşaret Dili'nin (TİD) tarihsel gelişimi, özellikleri ve turist rehberliği mesleğindeki önemi ele alınmıştır. İletişim, insan yaşamının vazgeçilmez bir unsuru olup, özellikle turizm sektöründe kültür aktarımı açısından büyük bir değer taşımaktadır. Turist rehberliği, sadece bilgi aktarımıyla sınırlı kalmayan, aynı zamanda kültürel mirasın korunması ve yaygınlaştırılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Ancak işitme engelli turistlerin turizm hizmetlerinden tam anlamıyla yararlanabilmesi için iletişim engellerinin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bu noktada, TİD'nin turist rehberliği mesleğinde etkin kullanımı, erişilebilir turizm açısından büyük fırsatlar sunmaktadır.

Osmanlı döneminden günümüze uzanan TİD, Türkiye'deki işitme engelli topluluğunun kültürel kimliğini yansıtan doğal bir dildir. Ancak işaret dilinin tarihsel gelişimi ve bu süreçte yaşanan değişimler üzerine yapılan çalışmalar sınırlıdır. Özellikle Cumhuriyet'in ilanından sonra işaret dilinin kullanımına yönelik kısıtlamalar, TİD'nin gelişimini olumsuz etkilemiştir. Bununla birlikte, 2005 yılında işaret dilinin yeniden serbest bırakılması, TİD'nin canlanmasını ve daha geniş kitleler tarafından tanınmasını sağlamıştır. Bu gelişmeler, TİD'nin turizm sektörü ve turist rehberliği mesleğinde kullanılmasına yönelik farkındalık yaratmak için bir fırsat sunmaktadır.

Turist rehberlerinin, işitme engelli turistlere yönelik hizmetlerde etkin bir rol oynaması, bu turistlerin turistik deneyimlerini zenginleştirebilir. Ancak bu hizmetlerin verimli olabilmesi için rehberlerin işaret dili konusunda yeterli eğitime sahip olmaları gerekmektedir. İşitme engelli

turistlerle iletişimde TİD'nin kullanılması, yalnızca bireysel seyahat deneyimlerini iyileştirmekle kalmaz, aynı zamanda kültürel bilgi aktarımını daha etkili hale getirir. Özellikle kültürel miras alanlarında işaret dilinin kullanılması, işitme engelli turistlerin mekânla daha güçlü bir bağ kurmasını sağlar. Bu bağlamda, TİD'nin turist rehberliği sınavlarına bir yabancı dil gibi eklenmesi, sektörde önemli bir yenilik ve gelişme sağlayacaktır.

Erişilebilir turizm, günümüzde sürdürülebilir turizmin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. İşitme engelli turistlere yönelik hizmetlerin artırılması hem sektörel çeşitliliği artıracak hem de turizm faaliyetlerine daha geniş bir kitlenin katılımını sağlayacaktır. Turist rehberleri, TİD aracılığıyla bu alanda köprü görevi görebilir. Bu durum hem rehberlerin mesleki yetkinliklerini artıracak hem de turizm sektöründe daha kapsayıcı bir yaklaşımı teşvik edecektir. Özellikle kültürel miras ve doğa turizmi gibi alanlarda rehberlerin TİD kullanması, turistik deneyimlerin kalitesini artıracaktır.

Sonuç olarak, TİD'nin turist rehberliği mesleğine entegrasyonu, turizmde erişilebilirlik ve eşitlik açısından büyük önem taşımaktadır. Bu entegrasyonun sağlanabilmesi için öncelikle rehberlik eğitim programlarında işaret dili derslerinin zorunlu hale getirilmesi gerekmektedir. Ayrıca turist rehberlerinin işaret dili öğrenmelerini teşvik etmek amacıyla sertifika programları, atölyeler ve uygulamalı eğitimler düzenlenebilir. Turizm sektöründeki sivil toplum kuruluşları ve kamu kurumları, bu konuda farkındalık yaratmak için iş birliği yapmalı ve ortak projeler geliştirmelidir. Böylece işitme engelli bireylerin seyahat deneyimleri iyileştirilirken, turizm sektörü daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşacaktır.

Turist rehberlerine yönelik işaret dili eğitimi zorunlu hale getirilmeli ve derslerin teorik bilgi ile pratik uygulama olarak ayrı ayrı planlanması sağlanmalıdır. Bu eğitimlerin daha etkili olabilmesi için işaret dili eğitimi kapsamlı bir müfredata dayandırılmalı ve turizm sektörüne uygun materyaller hazırlanmalıdır.

Turist rehberliği lisans programlarında işaret dili dersleri, Dilbilim, Odyoloji, İletişim Fakülteleri ve Medya Tasarımı Bölümleri gibi farklı disiplinlerden alan uzmanları ile ortak çalışmalar yapılarak geliştirilmelidir. Bu iş birliği, iletişim becerilerinin yanı sıra kültürel aktarım ve işitme engelli turistlerin ihtiyaçlarına yönelik rehberlik hizmetlerinin kalitesini artıracaktır.

İşaret dili dersleri, işaret dili bilen uzman akademisyenler ve uygulama alanında deneyimli rehberler tarafından verilmelidir. Eğitim sürecine işitme engelli turistler veya derneklerden temsilciler davet edilerek rehberlerin pratik yapma imkânı sağlanmalıdır. Bu uygulama, gerçek turistik rehberlik durumlarına hazırlık açısından önemli katkı sunacaktır.

Turist rehberleri için işaret dili uygulamaları, işitme engelli bireylere yönelik faaliyetlerde görev alma fırsatlarıyla desteklenmelidir. Üniversiteler ile Turizm Bakanlığı ve Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB) arasında iş birliği protokolleri geliştirilerek, işaret dilinin rehberler tarafından aktif kullanılmasını sağlayacak saha çalışmaları düzenlenmelidir.

İşaret dili eğitim materyalleri, turizm sektörüne özgü terimler ve turistik mekanlarla ilgili ifadelerle zenginleştirilmelidir. Böylece rehberlerin işitme engelli turistlere daha etkili rehberlik yapmaları sağlanabilir.

Sürdürülebilir turizm ve erişilebilir turizm kapsamında, işitme engelli turistlere yönelik tur programları hazırlanmalı ve işaret dili bilen rehberlerin bu programlarda görevlendirilmesi teşvik edilmelidir. Bu tür programlar, turizmde kapsayıcılığı artıracak ve işitme engelli bireylerin turistik deneyimlerini daha anlamlı hale getirecektir.

Bu çalışmanın kavramsal niteliği doğrultusunda, gelecekteki araştırmalar için aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

- İşitme engelli turistlerin seyahat deneyimlerini analiz eden nitel saha çalışmaları yapılmalıdır.
- Farklı bölgelerde görev yapan rehberlerin TİD yeterlilik düzeyleri karşılaştırmalı olarak incelenmelidir.
- Turist rehberliği eğitimi veren kurumların işaret dili ders içerikleri analiz edilerek, müfredat geliştirme çalışmaları yapılabilir.
- Turistik alanlarda işaret diliyle rehberlik uygulamalarının ziyaretçi memnuniyeti üzerindeki etkisi ölçülebilir.
- TİD bilen rehberlerin mesleki tatmin ve iş bulma olanakları üzerine nicel araştırmalar yürütülebilir.
- Erişilebilir turizm politikalarında işaret dilinin yeri, uluslararası örneklerle karşılaştırmalı olarak değerlendirilebilir.

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

Akalın, Ş. H. ve Oral, A. Z. (2013). *İşitme engellilerin eğitiminde Osmanlı yazısının kullanımı üzerine*. VIII Milletler Arası Türkoloji Kongresi. İstanbul.

Akalın, Ş. (2013). Türk İşaret Dili, *Yeni Türkiye Dergisi*, 9(55), 1496-1502.

Akçamete, G. (1999). Improving question skills for students with hearing impairment, *The European Journal of Special Needs Education*, 14 (2), 171-177.

Arık, E. (2016a). Geçmişten geleceğe Türk işaret dili araştırmaları. *Türk İşaret Dili Araştırmaları*, 7-22.

Arık, E. (2016b). Türk İşaret dili araştırmaları. E. Arık (Ed.), *Ellerle Konuşmak* (s. 1-11). Koç Üniversitesi Yayınları.

Armstrong, D. F. and Wilcox, S. (2003). Origins of sign language. M. Marschark and P. A. Spencer (Ed.), *Deaf studies language and education* içinde (ss.305-318). New York: Oxford University Press.

Arşan, T. and Ülgen, O. (2015). Sign Language Converter. *International Journal of Computer Science & Engineering Survey (IJCSES)*, 6(4), 39-51, 2015.

Çakır, H., Çetin, Ş. ve Baş, A. (2013). İşitme Engellilere Yönelik Dinamik Web Sayfasının Geliştirilmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 6 (2), 1-9.

Demir, S. A. (2010). Sessizliğin Dili: Türk İşaret Diline Dair Gözlemler. *Bilig*, 54, 1-20.

Dikyuva, H., Makaroğlu, B. ve Arık, E. (2015). *Türk İşaret Dili Dilbilgisi Kitabı* [Turkish Sign Language grammar book]. Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı.

Erken, B. (2015). *Dil Sûkûtta Eller İcraatta: Osmanlı Sarayında ve toplumunda dilsizler* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) Ordu Üniversitesi, Ordu.

Erten, H. ve Arıcı, N. (2022). İşaret dilinin tarihi serüveni ve Türk işaret dili. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24 (1), 1-14.

Fırat, Y. ve Uğurlu, T. (2018). Latis Tabanlı Anlam Çözümlemesi ile Türkçe İşaret Dili Tercüme Sistemi. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 490-503.

https://shakalin.info/?page_id=871 [Erişim tarihi: 15.01.2025].

<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/deafness-and-hearing-loss> [Erişim Tarihi: 12.01.2025].

<https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/haberler/uluslararası%20fitne-engelliler-haftası%2017-18> [Erişim Tarihi: 17.01.2025].

<https://orgm.meb.gov.tr/icdep/tid/parmak-alfabesi-icerik-5> [Erişim tarihi: 21.12.2024].

<https://sozluk.gov.tr/> [Erişim tarihi: 25.12.2024].

İlkbaşaran, D., and Taşçı, S. S. (2012). Ideology and language in the early republic: A history of Deaf education in Turkey. In *Proceedings of the International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges (ISLC) (1767-1777)*. Erzurum: Mega Press.

Karaca, M. F. ve Bayır, Ş. (2018). Türk işaret dili incelemesi: iletişim ve dil bilgisi. *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi*, 2 (2), 35-58.

Kın, Z. B. (2019). *Türk işaret dili alfabesinin derin öğrenme yöntemi ile sınıflandırılması*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Başkent Üniversitesi, Ankara.

Kubuş, O., İlkbaşaran, D. ve Gilchrist, S. (2016). Türkiye’de işaret dili planlaması ve Türk işaret dilinin yasal durumu. E. Arık (Ed). *Türk İşaret Dili Araştırmaları* içinde (ss.23- 50). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Malak Akgün, B. (2021). İşaret dili eğitimi almış ve almamış üniversite öğrencilerinin engelli bireylere yönelik tutumlarının ve uyum düzeylerinin değerlendirilmesi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (41), 1247-1272.

Melanlıoğlu, M. (2008). Kültür Aktarımı Açısından Türkçe Öğretim Programları, *Eğitim ve Bilim Education and Science*. 33(150), 64-73.

Oduncuoğlu, F., ve Efendi, M. (2020). Engelli turizmde turist rehberliği uygulamaları üzerine niteliksel bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 15/60, 708-727.

Oral, A. Zeynep (2016). *Türk İşaret Dili Çevirisi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Oral, Z. (2024). Sanata Engelsiz Erişim: Türk İşaret Dili Şiiri ve Çevirisi. *Söylem Filoloji Dergisi*, 9 (3), 1567-1592.

Pacal, I. ve Alaftekin, M. (2023). Türk İşaret Dilinin Sınıflandırılması için Derin Öğrenme Yaklaşımları. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 13 (2), 760-777.

Rajaganapathy, S., Aravind, B., Keerthana, B. and Sivagami, M. (2015). Conversation of Sign Language to Speech with Human Gestures. *2nd International Symposium on Big Data and Cloud Computing (ISBCC'15)*, Procedia Computer Science 50, 10-15.

Şahlı, S. ve Belgin, E. (2011). Ülkemizde işitme kayıplı çocukların profili ve tedavi yaklaşımları. *Hacettepe Tıp Dergisi, 42*, 82-87.

Şevik, N. (2020). Kültür Aktarımı Kuramının Eleştirisi-Türkiye'nin Medenileşme Sürecinde Çevirinin Rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uluslararası Filoloji ve Çeviribilim Dergisi, 2(2)*, 232-240.

Yüksel, H. (1994). *Bireylerarası İletişime Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Zeshan, U. (2003). Aspects of Türk Isaret Dili (Turkish Sign Language). *Sign Language and Linguistics, 6 (1)*, 43-75.

www.independentliving.org/miles20090.html [Erişim tarihi: 21.01.2025].