

Arazi Toplulaştırmasının Benimsenmesinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü: Çanakkale İli Örneği*

İlker KARAÖNDER^{1*}, Aydın GÜREL²

¹Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yenice Meslek Yüksekokulu, Hukuk Bölümü, Çanakkale

²Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Tekirdağ

*Sorumlu Yazar: ilkerkaraonder@comu.edu.tr

Geliş Tarihi: 15.12.2020 Düzeltme Geliş Tarihi: 04.07.2022 Kabul Tarihi: 22.07.2022

Öz

Arazi toplulaştırması, tarımsal yapının düzeltilmesi amacıyla hizmet eden bir faaliyettir. Türkiye'deki uygulamaya göre arazi toplulaştırması, zorunlu ve isteğe bağlı yöntemle gerçekleştirilmektedir. İsteğe bağlı yöntemin ulusal çapta yaygınlaşması, toplulaştırmanın tarımsal arazi maliklerinin büyük çoğunluğunca benimsenmesine bağlıdır. Bunun için de üreticilerin öncelikle bu faaliyet hakkında bilgi sahibi olmaları gereklidir. Kitle iletişim araçları arazi toplulaştırmasının tanıtılması noktasında büyük olanaklar sunmaktadır. Bu çalışmada kitle iletişim araçları arasında yer alan radyo/televizyon ve internetin üreticilerin arazi toplulaştırmasından haberdar olmaları ve toplulaştırmaya katılımlarına yönelik tutumlarına etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Çanakkale ilinde arazi toplulaştırması yapılan 19 yerleşim yerinden 346 üretici ile anket yapılmıştır. Araştırma kapsamında üreticilerin radyo/televizyon dinleme/izleme sıklıkları ve internet kullanma durumları ile proje öncesinde arazi toplulaştırmasından haberdar olma düzeyleri ve toplulaştırmaya katılıma yönelik tutumları arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Çalışma sonucunda, üreticilerin radyo/televizyon dinleme ve izleme sıklıkları ile proje öncesinde toplulaştırma faaliyetinden haberdar olma düzeyleri ve toplulaştırmaya katılıma yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Üreticilerin internet kullanma durumları ile toplulaştırmadan haberdar olma düzeyleri ve toplulaştırmaya aktif katılıma yönelik tutumları arasında ise istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Çalışma sonuçlarına göre, televizyon ve radyoda arazi toplulaştırmasının faydaları ile ilgili programların çoğaltılması önerilmektedir. Ayrıca internetin bilgiye ulaşma amacıyla kullanımının yaygınlaştırılabilmesi için yayım çalışmaları yapılmasının da gerekli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Arazi toplulaştırması, yeniliklerin benimsenmesi, kitle iletişim araçları

The Role of Mass Media in the Adoption of Land Consolidation : The Case of Çanakkale Province

Abstract

Land consolidation is an activity that serves the purpose of reducing the agricultural structure. Land consolidation based on practices in Turkey is carried out with the mandatory and optional methods. The national spread of the optional method depends on the adoption of consolidation by the majority of agricultural landowners. For this, producers must first have information about this activity. Mass media offers great opportunities for the promotion of land consolidation. In this study, it was aimed to investigate the effect of radio/television and internet, which are among the mass media, on awareness of land consolidation and their attitudes towards their participation in consolidation. For this purpose, a survey was conducted with 346 producers in 19 settlements where land consolidation was carried out in Çanakkale province. Within the scope

of the research, it was examined whether there is a statistically significant relationship between the frequency of radio/television listening/watching and internet usage of the producers and their level of awareness about land consolidation before the project and their attitudes towards participation in consolidation. As a result of the study, it has been determined that there is a high level of significant relationship between the frequency of the producers listening to and watching radio/television and their level of awareness about the consolidation activity before the project and their attitudes towards participation in consolidation. On the other hand, no statistically significant relationship was found between the internet usage status of producers and their level of awareness of land consolidation and their attitudes towards participation in consolidation. According to the results of the study, it is recommended to increase the number programs on the benefits of land consolidation on television and radio. In addition, it is thought that it is necessary to extension studies in order to popularize the use of the internet for accessing information.

Key words: Land consolidation, adoption of innovations, mass media

Giriş

Türkiye’de tarım işletmelerine ait arazilerin çeşitli nedenlere bağlı olarak dağınık ve çok parçalı yapıda olduğu bilinmektedir. Önemli bir tarımsal yapı bozukluğu olarak karşımıza çıkan arazi parçalanması sorununu gidermenin yolu, arazi toplulaştırması uygulamasının ulusal çapta yaygınlaşmasıdır. Türkiye’deki uygulamaya göre toplulaştırma faaliyeti, zorunlu ve isteğe bağlı yöntemlerle gerçekleştirilebilmektedir. Türk toplulaştırma mevzuatı uyarınca, toplulaştırmanın isteğe bağlı yöntemle yapılması, toplulaştırma proje alanı içerisindeki arazilerin yarısından çoğuna malik bulunan ve sayıca maliklerin yarısından fazlasını teşkil eden arazi sahiplerinin onayına bağlıdır (Anonim, 2019). Dolayısıyla, bir bölgede toplulaştırmanın isteğe bağlı yapılabilmesinin, üreticilerin çoğunun toplulaştırmayı benimsemesini gerektirdiği söylenebilir.

Üreticiler açısından bir yenilik olan arazi toplulaştırmasının benimsenebilmesi için, toplulaştırmanın ne olduğu ve sağlayacağı faydalar konularında ön bilgilerin edinilmesi gerekir. Yeniliklerin benimsenme süreci yenilikten haberdar olma ile başlamaktadır (Gürel, 2004). Yeniliklerle ilgili ön bilgilerin edinildiği haberdar olma aşamasında kitle iletişim araçları büyük olanaklar sunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının, yenilikleri benimseme ve uygulama aşamasında etkisini bireysel iletişim araçları lehine yitirmesine rağmen, haberdar olma aşamasında oldukça etkili oldukları bildirilmektedir (Rogers, 1983).

Literatürde, kitle iletişim araçlarının yeniliklerin öğrenilmesi ve uygulanmasındaki etkisi ile ilgili çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Ceylan (1988)’in Ankara ili Çubuk ilçesinde yaptığı araştırmaya göre, televizyondaki tarım programlarını izleyen çiftçilerin %66’sının herhangi bir tarım tekniğini öğrendiği tespit edilmiştir. Çavdar (2006)’nın araştırmasında, çalışma kapsamındaki deneklerin %64,2’sinin televizyonda yayınlanan tarım programlarından öğrendikleri konuları uyguladıkları, %44,44’ünün ise radyoda

yayınlanan tarım programlarından öğrendikleri konuları kendi işlerinde uyguladıkları saptanmıştır. Literatürde kitle iletişim araçları arasında yer alan internetin de üreticilerin bilgi kaynakları arasında yer aldığına yönelik çalışmalar bulunmaktadır (Erdal ve Çallı, 2013, Kızılaslan ve Ünal, 2013). Yine üreticiler açısından bir yenilik olan arazi toplulaştırması ile ilgili olarak; Özkan (1999)’ın, Edirne ili Uzunköprü ilçesi köylerinde yaptığı çalışmasında, arazi toplulaştırmasının benimsenmesinde kitle iletişim araçlarının etkili olduğu tespit edilmiştir. Gholamzera ve Zand (2012)’in İran Mazenderan Eyaleti Sari kasabasında yaptığı araştırmada, çiftçilerin kitle iletişim araçlarını kullanma düzeyi ile toplulaştırmaya yönelik tutumları arasında pozitif anlamlı bir ilişki bulunduğu saptanmıştır. Literatürdeki çalışmalar ile, kitle iletişim araçlarının, özellikle haberdar olma aşaması olmak üzere, yeniliklerin benimsenme sürecinin çeşitli aşamalarında etkisinin bulunduğunu ortaya koyulmuştur.

Bu çalışmada, kitle iletişim araçlarından en önemlileri arasında sayılan Televizyon/Radyo ve internetin, arazi toplulaştırmasının benimsenmesindeki rolünün araştırılması ve bu konuda çeşitli önerilerin sunulması amaçlanmıştır. Arazi parçalanması nedeniyle bozulmuş olan tarımsal yapının düzeltilmesine hizmet eden arazi toplulaştırmasının kitle iletişim araçları aracılığı ile geniş kitlelere tanıtılmasında kamu yararının da bulunduğu düşünülmektedir. Bu husus çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Materyal ve Metot

Araştırmanın alanı Çanakkale ili kapsamında gerçekleştirilen arazi toplulaştırması proje sahalarıdır. Araştırmanın materyalini arazi toplulaştırması proje sahalarındaki arazi maliki olan tarımsal işletme sahipleri ile yapılan anketler oluşturmaktadır.

Araştırma, Çanakkale ili kapsamında toplulaştırma faaliyetinin uygulandığı 17’si köy 2’si belde statüsünde olmak üzere toplam 19 yerleşim

yerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ana kitleyi 3472 tarım işletmesi oluşturmaktadır. Araştırma kapsamına girecek olan örnek sayısının belirlenmesi amacıyla, basit tesadüfi örnekleme metoduna göre aşağıdaki formüller kullanılmıştır (Yamane, 1967).

$$n_0 = \frac{(Z)^2 p \cdot q}{d^2} \quad n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}}$$

Araştırmada güven aralığı % 95, kabul edilen hata payı 0.05 ve $p=0,5$, $q=0,5$ ($1-q$) alınmıştır. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde, öncelikle n_0 değeri hesaplanmış, daha sonra elde edilen değer n' 'de yerine konularak örneğe girecek işletme sayısı belirlenmiştir. Buna göre, araştırmanın ana kitlesinde yer alan 19 yerleşim yerine ait toplam işletme sayıları ile anket yapılan işletme sayıları belirlenerek toplam 346 işletme yöneticisi ile anket yapılması gerektiği belirlenmiştir (Çizelge 1).

Çizelge 1. Anket uygulaması yapılan işletme sayıları

Yerleşim Yeri	Toplam İşletme Sayısı	Anket Yapılan İşletme Sayısı
Akçapınar	182	18
Çıplak	121	12
Kalafat	97	10
Tevfikiye	162	16
Kumkale	341	34
Mahmudiye	600	60
Pınarbaşı	420	42
Taştepe	96	10
Yeniköy	203	20
Karacaali	47	5
Hacıhüseyinyaylası	65	6
Geyikkırı	37	4
Karahamzalar	95	9
Kocagür	150	15
Tokatlı	66	6
Yeniçiftlik	449	45
Örtülüce	289	28
Çınarköprü	17	2
Adliye	35	4
Toplam	3472	346

Çalışmada, araştırma kapsamındaki üreticilerin radyoda/televizyonda tarım programlarını dinleme/izleme sıklıkları ve internet kullanıp kullanmama durumları ile arazi toplulaştırması kavramından haberdar olma düzeyleri ve toplulaştırmaya katılıma yönelik tutumları arasında istatistiki anlamda etkileşim olup olmadığını belirlemek için Ki-Kare bağımsızlık testi uygulanmıştır. Bu analiz yöntemi uygulanırken, H_0 bağımsızlık hipotezi kurularak test edilmiş ve ortaya koyulmuştur. Yapılan

anketlerdeki veriler SPSS programına aktarılmış ve çapraz tablolar oluşturulmuştur.

Nitel değişkenler arasında ilişki olup olmadığının incelendiği Ki-kare bağımsızlık testinin esası, parametrik hipotez testlerinde olduğu gibi H_0 hipotezini ileri sürerek, bu hipotezin reddedilip edilemeyeceğini incelemektir (Serper, 2014). Gözlenen frekansları G, beklenen frekansları B ile göstermek suretiyle, Ki-kare (X^2) değerinin formülü; $X^2 = \sum [(G-B)^2/B]$ olarak ifade edilebilir (Yurtsever, 1984).

Yapılan çözümlenmeler sonucunda, üreticilerin radyoda/televizyonda tarım programlarını dinleme/izleme sıklıkları ve internet kullanıp kullanmama durumları ile arazi toplulaştırması kavramından haberdar olma düzeyleri ve toplulaştırmaya katılıma yönelik tutumları arasındaki bağıntının önemlilik derecesi belirlenmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Üreticilere ve işletmelere ilişkin genel bilgiler

Anket yapılan üreticilerin, %17.7'si "18-45", %46.2'si, "46-65" yaş aralığında, %36.1'i ise 66 yaşının üzerindedir. Üreticilerin %63.3'ü ilkokul mezunudur. Ortaokul ve üzeri eğitim alanların oranı %35.3'tür. Araştırmaya dahil edilen üreticiler arasında okuryazar olmayan bulunmamaktadır. Araştırma kapsamındaki çiftçi ailelerinin %84.7'sinin "1-3" kişilik, % 15.1'inin ise "4-6" hane fert sayısına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anket uygulaması yapılan işletme sahiplerinin %53.5'i sadece bitkisel üretim yapmakta, %46.5'i ise bitkisel ve hayvansal üretim faaliyetini birlikte sürdürmektedir. Araştırma kapsamındaki tarım işletmelerinin, %35.0'ı 10 ila 49 da arasında, %56.1'i ise 50 ila 149 da arasında arazisi bulunmaktadır. Araştırmaya dahil olan işletmelerin % 1.4'ü "1-5" yıllık, %9.8'i "6-15" yıllık, %88.7'si ise 16 yıl ve üzerinde faaliyet süresine sahiptir.

Araştırmada üreticilerin bazı iletişim özellikleri de inceleme altına alınmıştır. Buna göre araştırmaya dahil olan üreticilerin %93.1'i telefon, %28.0'ı internet kullanmaktadır. Radyo veya televizyonda tarım programlarını sürekli olarak dinlediğini/izlediğini beyan edenlerin oranı %39.0, genellikle (haftada 2-3 kez) dinlediğini/izlediğini beyan edenlerin oranı ise %32.7'dir. Üreticiler arasında %6.6'lık kısım ise bu tür programları hiç dinleyip izlemeyenlerden oluşmaktadır.

Üreticilerin radyo/TV dinleme/izleme sıklıkları ve internet kullanma durumları ile arazi toplulaştırmasından haberdar olma düzeyleri arasındaki ilişki

Araştırma kapsamında, üreticilerin radyo veya televizyonda yayınlanan tarım programlarını dinleme ve izleme sıklıkları ve internet kullanma durumları ile arazi toplulaştırması faaliyeti hakkındaki bilgi düzeyleri arasındaki ilişkinin araştırılması gerekli görülmüştür.

Buna göre, toplulaştırma hakkında detaylı bilgi sahibi olanların %83.8'ini, tarım programlarını sürekli ve genellikle takip edenlerin oluşturduğu görülmektedir. Detaylı bilgisi olmasa da toplulaştırma faaliyetinden haberdar olanların %81.1'i de yine bu tür programları sürekli ve genellikle izleyenlerdir. Toplulaştırma kavramından proje öncesinde hiç haberdar olmayanların % 68'inin tarım programlarını hiç izlemeyenler ya da ara sıra takip edenlerden oluştuğu görülmektedir (Çizelge 2).

Çizelge 2. Üreticilerin tarım programları dinleme-izleme sıklıkları ile toplulaştırmadan haberdar olma düzeyleri arasındaki ilişki

Radyoda-TV'de Tarım Programları Dinleme-izleme Sıklığı	Toplulaştırma Faaliyetinden Haberdar Olma Durumu							
	Hiç Duymamıştım		Duyduğum Ancak Detaylı Bilgim Yoktu		Toplulaştırma Yapılan Bazı Sahaları Görmüştüm		TOPLAM	
	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)
Hiç	14	19,4	6	3,4	3	3	23	6,6
Ara Sıra	35	48,6	27	15,4	13	13,1	75	21,7
Genellikle	11	15,3	62	35,4	40	40,4	113	32,7
Sürekli	12	16,7	80	45,7	43	43,4	135	39
TOPLAM	72	100,0	175	100,0	99	100,0	346	100,0

*Ki Kare : 73,612 S.D : 6 P : 0,000

Çizelge 2'den görüleceği üzere, üreticilerin radyo ve televizyonda yayınlanan tarım programlarını takip etme sıklıkları ile proje öncesinde arazi toplulaştırmasından haberdar olma

düzeyleri arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Radyo ve televizyonun üreticilerin bilgi kaynakları arasında bulunduğu ve yeniliklerden haberdar olmalarında etkili olduğu

görülmektedir. Bu husus literatürdeki bazı çalışmalarla da ortaya koyulmuştur. Kızılaslan ve Ünal (2013)'in çalışmasında araştırma kapsamındaki üreticilerin yeni tarım bilgi ve teknikleri %70.1 oranında televizyon ve radyodan öğrendikleri saptanmıştır. Ceylan (1988)'in araştırma sonucuna göre, üreticilerin %66'sı herhangi bir tarım tekniğini televizyondan öğrenmektedirler. Benzer durum üreticiler açısından bir yenilik olan arazi toplulaştırması faaliyeti açısından da geçerlidir. Ekinci (2010)'un araştırması sonucuna göre, üreticilerin arazi toplulaştırmasına yönelik bilinç düzeyi ile kitle haberleşme araçlarını kullanım düzeyleri arasında istatistiksel açıdan çok yüksek bir ilişki bulunduğu saptanmıştır. Çalışma sonucunun literatürdeki bulgular ile uyumlu olduğu görülmektedir.

Elde edilen bu sonuca göre, radyo ve televizyonda yayınlanan tarım programlarında, toplulaştırma kavramının tanıtılması ve toplulaştırmanın sağlayacağı faydaların anlatılmasının bu konudaki farkındalığın artırılması noktasında yararlı olacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında anket uygulaması yapılan üreticilerin bir diğer kitle iletişim aracı olan interneti kullanıp kullanmama durumları ile proje öncesinde arazi toplulaştırmasından haberdar olma düzeyleri arasındaki ilişki de araştırılmıştır. Buna göre, Arazi toplulaştırmasını hiç duymayanların %29.2'si internet kullanmakta, %70.8'i ise internet kullanmamaktadır. Arazi toplulaştırmasını duymakla beraber, detaylı bilgisi olmayanların %22.9'u internet kullananlardan %77.1'i ise kullanmayanlardan oluşmaktadır (Çizelge 3).

Çizelge 3. Üreticilerin internet kullanma durumları ile toplulaştırmadan haberdar olma düzeyleri arasındaki ilişki

İnternet Kullanma Durumu	Toplulaştırma Faaliyetinden Haberdar Olma Durumu							
	Hiç Duymamıştım		Duymuştum Ancak Detaylı Bilgim Yoktu		Toplulaştırma Yapılan Bazı Sahaları Görmüştüm		TOPLAM	
	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)
Kullanıyor	21	29,2	40	22,9	36	36,4	97	28
Kullanmıyor	51	70,8	135	77,1	63	63,6	249	72
TOPLAM	72	100	175	100	99	100	346	100

*Khi Kare : 5,775 S.D : 2 P: 0,056

Çizelge 3 incelendiğinde, üreticilerin internet kullanıp kullanmama durumları ile proje öncesinde arazi toplulaştırmasından haberdar olma düzeyleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkinin saptanamadığı görülmektedir. Bu durum, internetin bilgi edinme ve yenilikleri takip etme amacıyla kullanılmadığının bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Literatürde, internetin üreticilerin bilgi kaynakları arasında bulunduğu dair çalışmalar bulunmaktadır (Erdal ve Çallı, 2013, Kızılaslan ve Ünal, 2013). Araştırma sonucunun literatürdeki bu bulgular ile uyumlu olmadığı görülmektedir.

Bununla birlikte, araştırma kapsamındaki üreticilerin % 28'i internet kullanmakta, %72'si ise kullanmamaktadır (Çizelge 3). Bu sonuca göre, üreticilerin büyük çoğunluğunun internet kullanmadığı anlaşılmaktadır.

İnternet, özellikle son yıllarda bilgi teknolojilerinin gelişimi ile oldukça önemli bir kitle iletişimi haline gelmiştir. İnternet kullanımı, kısa

sürede ve düşük maliyetle hedef kitleye ulaşmada önemli olanaklar sunmaktadır (Özçatalbaş, 2006). Dünya genelinde bilgi teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişim gösterdiği göz önüne alındığında, bilginin geniş kitlelere hızlı ve kolay bir şekilde iletilmesini sağlayan araçlardan birisi olan internetin üreticilerce etkin bir şekilde kullanımının yaygınlaştırılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. İnternet özellikle, arazi toplulaştırması gibi teknik ve hukuki detayları fazla olan konularda ayrı bir öneme sahiptir. Zira arazi toplulaştırması, yayım elemanlarınca ya da radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları yoluyla, tüm detayları ile aktarılamayabilir. Grup yayım metodunun uygulandığı bir ortamda arazi toplulaştırması ile ilgili bilgi verilirken, üreticiler aklındaki her soruyu yayım elamanına iletemeyebilirler. Bu gibi durumlarda internet, hızlı ve kolay bir şekilde arazi toplulaştırmasının faydaları, süreçleri, zorlukları vb. gibi konularda

bilgi edinme olanağı sağlayan bir kitle iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Üreticilerin radyo/TV dinleme/izleme sıklıkları ve internet kullanma durumları ile arazi toplulaştırmasına katılıma yönelik tutumları arasındaki ilişki

Araştırma kapsamında, üreticilerin radyo ve televizyonda yayınlanan tarım programlarını takip etme sıklıkları ile arazi toplulaştırmasına katılıma yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişkinin bulunup bulunmadığı inceleme altına alınmıştır.

Buna göre, köyünde/beldesinde arazi toplulaştırması yapılmasını talep edebileceğini belirtenlerin %42,4'ü sürekli, %32,2'si genellikle, %18,6'sı ise ara sıra radyo ve televizyonda tarım programlarını dinleyen/izleyenlerden oluşmaktadır. Buna karşın arazi toplulaştırmasına katılım sağlamayacağını ifade edenlerin %28'i sürekli, %34,1'i genellikle, %31,7'si ise ara sıra televizyonda/radyoda tarım programlarını dinlemekte/izlemektedir (Çizelge 4).

Çizelge 4. Üreticilerin tarım programları dinleme-izleme sıklıkları ile toplulaştırmaya katılıma yönelik tutumları arasındaki ilişki

Radyoda-TV'de Tarım Programları Dinleme-İzleme Sıklığı	Köyünüzde/Beldenizde Toplulaştırma Yapılmasını Talep Eder miydiniz ?					
	Evet		Hayır		TOPLAM	
	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)
Hiç	18	6,8	5	6,1	23	6,6
Ara Sıra	49	18,6	26	31,7	75	21,7
Genellikle	85	32,2	28	34,1	113	32,7
Sürekli	112	42,4	23	28	135	39
TOPLAM	264	100	82	100	346	100

*Ki Kare : 8,424 S.D : 3 P: 0,038

Çizelge 4 incelendiğinde, üreticilerin radyoda ve televizyonda tarıma yönelik programları dinleme/izleme sıklıkları ile arazi toplulaştırmasına katılıma yönelik tutumları arasında anlamlı bir bağıntının bulunduğu görülmektedir. Rogers (1983)'e göre, radyo ve televizyon yeniliklerden haberdar olma aşamasında etkili olmakla beraber, bundan sonraki karar verme ve uygulama aşamalarında etkisi giderek azalmaktadır. Araştırma sonucunun da Rogers (1983)'ün tespitini desteklediği görülmektedir. Araştırma kapsamındaki üreticilerin radyo ve televizyonu kullanma sıklıkları ile toplulaştırmadan haberdar olma düzeyleri arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Çizelge 2). Buna karşın, üreticilerin radyo ve televizyon izleme/dinleme sıklıkları ile toplulaştırmaya katılıma yönelik tutumları arasındaki ilişkinin

yüksek anlamlılık düzeyinde olmadığı görülmektedir (Çizelge 4). Araştırmada elde edilen bu sonuca göre, radyo ve televizyonun arazi toplulaştırmasının ulusal çapta yaygınlaşmasında etkisinin bulunduğu düşünülmektedir.

Araştırmada internet kullanımının üreticilerin arazi toplulaştırması faaliyetine katılım sağlamalarında etkili olup olmadığı da araştırılmıştır. Buna göre, arazi toplulaştırmasına aktif katılım sağlayabileceğini ifade eden üreticilerin %28,4'ü internet kullanmakta, %71'6'sı ise kullanmamaktadır. Köyünde/beldesinde toplulaştırma yapılmasını talep etmeyeceğini belirten üreticilerin ise, %26,8'i internet kullananlardan, %73,2'si kullanmayanlardan oluşmaktadır (Çizelge 5).

Çizelge 5. Üreticilerin internet kullanma durumları ile toplulaştırmaya katılıma yönelik tutumları arasındaki ilişki

İnternet Kullanma Durumu	Köyünüzde/Beldenizde Toplulaştırma Yapılmasını Talep Eder miydiniz ?					
	Evet		Hayır		TOPLAM	
	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)
Kullanıyor	75	28,4	22	26,8	97	28
Kullanmıyor	189	71,6	60	73,2	249	72
TOPLAM	264	100	82	100	346	100

*Ki Kare : 0,77 S.D : 1 P: 0,781

Çizelge 5 incelendiğinde, araştırma kapsamındaki üreticilerin internet kullanma durumları ile arazi toplulaştırmasına katılıma yönelik tutumları arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. İnterneti aktif olarak kullanan çiftçilerin yenilikleri benimseme ve katılımcılık düzeylerinin yüksek olması beklenmektedir. Ancak araştırma sonucu bu beklentiyi karşılamamaktadır. Kırsal kalkınma açısından oldukça önemli bir faaliyet olan arazi toplulaştırmasına katılımın arttırılmasında, internetin sağlayacağı olanaklardan yararlanılması önemli görülmektedir. Bu nedenle, internetin tarımsal amaçlarla kullanımının yaygınlaşmasının gerekli olduğu düşünülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Türkiye’de tarım işletmelerine ait arazileri genel olarak çok parçalı ve farklı mevkilere dağılmış bir görünümde dir. Tarımsal yapıyı bozan bu durumun düzeltilmesi arazi toplulaştırması faaliyetinin ülke geneline yayılmasına bağlıdır. Bunun gerçekleşebilmesi için de toplulaştırmanın üreticilerce benimsenmesi gereklidir. Tüm yeniliklerde olduğu gibi arazi toplulaştırmasının benimsenmesi süreci de yeniliklerle ilgili ön bilgilerin edinildiği haberdar olma aşaması ile başlamaktadır. Arazi toplulaştırmasının üreticilere tanıtılmasında kitle iletişim araçları geniş olanaklar sunmaktadır. Bunun yanında kitle iletişim araçları, üreticilerin toplulaştırma faaliyetine katılımlarının arttırılmasında da etkili araçlar arasında yer almaktadır.

Çalışma sonucunda, üreticilerin radyo ve televizyonda yayınlanan tarım programlarını dinleme ve izleme sıklıkları ile arazi toplulaştırmasından haberdar olma düzeyleri arasında istatistiki bakımdan yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bunun yanında, radyoda ve televizyonda tarıma yönelik programları dinleme/izleme sıklığı ile arazi

toplulaştırmasına katılıma yönelik tutumlar arasında anlamlı bir bağıntının bulunduğu da belirlenmiştir.

Çalışmada, anket uygulaması yapılan üreticilerin internet kullanıp kullanmama durumları ile arazi toplulaştırmasından haberdar olma düzeyleri ve arazi toplulaştırmasına katılıma yönelik tutumları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Çalışmada elde sonuçlara göre, radyo ve televizyonda arazi toplulaştırmasına yönelik farkındalığı arttıracak programlara yer verilmesi ve bu programlarda toplulaştırmanın faydalarının aydınlatılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Özellikle televizyonda yayınlanan programlarda, daha önce tamamlanmış başarılı toplulaştırma projelerinden örneklerin görsel olarak sunulması önerilmektedir. Ayrıca toplulaştırma ile ilgili hem radyo hem de televizyon için kısa kamu spotlarının hazırlanması toplulaştırmanın gündemde tutulması açısından faydalı olabilecektir.

Son yıllarda bilgi teknolojilerin hızlı gelişimine bağlı olarak internet de, üreticilerin bilgi kaynakları arasında yer almaya başlamıştır. İnternet özellikle yeniliklerle ilgili ön bilgilerin elde edilmesi noktasında geniş olanaklar sunmaktadır. Ancak çalışmada elde edilen sonuca göre, internetin etkin kullanımının yeterli düzeyde olmadığı anlaşılmaktadır. İnternetin bilgi edinme amacıyla kullanımının yaygınlaştırılmasına yönelik yayım çalışmaları yapılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca üreticilerin arazi toplulaştırması farkındalıklarının arttırılması bakımından, tarımla ilgili kuruluşların internet sitelerinde, başarılı toplulaştırma projelerinden görsel örneklerle desteklenen bilgilendirme bölümlerinin oluşturulması önerilmektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı: Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyan Özeti: Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

&Bu çalışma, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında birinci yazarın ikinci yazarın danışmanlığında hazırladığı, "Arazi Toplulaştırmasında Yayım Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma: Çanakkale İli Örneği" isimli doktora tezinden üretilmiştir.

Kaynaklar

- Anonim. 2019. Arazi Toplulaştırma ve Tarla İçi Geliştirme Hizmetleri Uygulama Yönetmeliği, T.C Resmi Gazete, 30679, 7 Şubat 2019.
- Ceylan, İ.C. 1988. Çubuk İlçesinde Televizyonun Tarımsal Programlarının İzlenmesi ve Etkileri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Çavdar, G. 2006. Radyo ve Televizyonda Yayınlanan Tarım Programlarının Kırsal Alanda İzlenmesi ve Etkileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Ekinci, K. 2010. Arazi Toplulaştırması Konusunda Çiftçi Davranışlarının Belirlenmesi (Bafra Ovası Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat
- Erdal, G. ve Çallı, A. 2013. Çiftçilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Denizli İli Çivril İlçesi Örneği. Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, 8:71-81
- Gholareza, D. Zand, F. 2012. Effective Factors on the Paddies Attitude of Sari Country Toward Land Consolidation. Annals of Biological Research, 3(7): 3419-3425
- Gürel, A. 2004. Tarımsal Yayım ve Yeniliklerin Benimsenmesi, Ders Notu, 140 s. Tekirdağ
- Kızılaslan, N. ve Ünal, Y. 2013. Çiftçilerin Tarımsal Yayım Farkındalıklarının Belirlenmesi (Tokat/Erbaa Örneği). Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, 5:1-19
- Özçatalbaş, O. 2006. İnternet Aracılığı ile Tarımsal Yayım Uygulamaları ve Türkiye, "Türkiye'de İnternet" Konferansı Bildirileri 21-23 Aralık 2006 TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, s.1-9 Ankara
- Özkan, E. 1999. Arazi Toplulaştırma Uygulamalarında Sosyo-Ekonomik Yapı Özellikleri ve Benimsemeyi Etkileyen Faktörlerin Etkinliği, Doktora Tezi, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Edirne

- Rogers, E. M. (1983). Diffusion of Innovation, The Free Press, 453 s. New York
- Serper, Ö. 2014. Uygulamalı İstatistik, Ezgi Kitapevi, 701 s. Bursa
- Yamane, T. 1967. Elementary Sampling Theory. Printice Hallinc. Englewood Cliffs, NT, 919 S. New York.
- Yurtsever, N. 1984. Deneysel İstatistik Metotlar. Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü Yayınları Genel Yayın No: 121, Teknik Yayın No:56 623 s. Ankara