

KÜRESELLEŞEN DÜNYADA SOSYAL BİLİMLER

Editör

Doç. Dr. Serap SARIBAŞ



KÜRESELLEŞEN DÜNYADA SOSYAL BİLİMLER

Editör

Doç. Dr. Serap SARIBAŞ





Küreselleşen Dünyada Sosyal Bilimler

Editör: Doç. Dr. Serap SARIBAŞ

Genel Yayın Yönetmeni: Berkan Balpetek

Kapak ve Sayfa Tasarımı: Duvar Design

Baskı: MART 2023

Yayıncı Sertifika No: 49837

ISBN: 978-625-6945-37-1

© Duvar Yayınları

853 Sokak No:13 P.10 Kemeraltı-Konak/İzmir

Tel: 0 232 484 88 68

www.duvar yayinlari.com

duvarkitabevi@gmail.com

Baskı ve Cilt:REPRO BİR

Repro Bir Mat Kağ. Rek. Tas. Tic. Ltd. Şti.

İvogsan 1518. Sokak 2/30 Mat-Sit iş Merkezi Ostim

Yenimahalle/Ankara

İÇİNDEKİLER

1. Bölüm7

Seçilmiş Avrupa Ülkelerinde Kamu Sektöründe Cam Tavan Sendromu

Abdullah ÖZDEMİR, Hatice EROL

2. Bölüm35

Yeni Keynesyen İktisat Teorisi , Rakip Teorilerle
Karşılaştırılması ve Değerlendirmeler

Ahmet Gökçe AKPOLAT

3. Bölüm59

Analitik Hiyerarşi Prosesi İle İşletmelerde Personel Seçimi:
İzmir İli Gıda Sektörü Örneği

Ali KÖSTEPEN

4. Bölüm71

Yüzyılın Afeti: 06 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri
Üzerine Bir Değerlendirme

Bahadır TERCAN

5. Bölüm89

Türkiye’de Yaşayan Çinlilerin Kültürel Etkileşimleri

Elif Emre, Erdem Dirimeşe

6. Bölüm115

Gastromilliyetçilik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme

Fatma KOÇ, Gülsevdi ÖZTÜRK

7. Bölüm131

İran Kirmanşah/Gerehban Bölgesinde Yer Alan
Ehl-i Hak Mezar Taşları Örneğinde Türk Kültüründe Mezar Taşları

İbrahim Karaca

8. Bölüm151

Afet Eğitimi

İlyas KARA, Ahmet TOKMAK

9. Bölüm171

Değişen İşletmecilik Anlayışında Tüketici Yenilikçiliği Engelleri
Nilgün TUZCU

10. Bölüm195

Osmanlı Devleti'nde Vakıf ve Yapılarında Çalışan Görevliler
Samettin BAŞOL

11. Bölüm.....221

Dezavantajlı Üniversitelerde Markalama Stratejileri: Bayburt Üniversitesi
Özelinde 'Konumlandırma' Okuması
Ayşe GÜRSES, Didem ŞAHOĞLU, Savaş KESKİN

12. Bölüm.....249

Muhasebe Eğitiminde Bilişim Teknolojilerinin
Kullanılmasının Gerekliliği
Sulhi ESKİ

13. Bölüm.....271

Feng Shui Felsefesi ve Ergonomi İlişkisi
Ulaş ÇINAR

14. Bölüm.....283

Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Toplumsal Baskı Algılarının Belirlenmesi
Zeynep ÇOLAK

15. Bölüm.....309

Covid 19 Fobisi, İnternet Bağımlılığı Ve Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı
Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Yobü Öğrencileri Örneği
Sema ARSLAN, Zühal AKGÜN

16. Bölüm.....341

Yoksulluk Kavramı, Türleri, Nedenleri ve Yoksullukla İlgili Yaklaşımlar
Ayhan CESUR

17. Bölüm.....361

Mikro Finans Kavramı, Tarihsel Gelişimi ve Özellikleri
Ayhan CESUR

18. Bölüm389

Hazreti Ali Cenklerinin Anadolu Sahası Destan Geleneğine Yansıması ve
Cenklerde Tespit Edilen Bazı Fantastik Öğelerin Analizi

Recai BAZANCİR

19. Bölüm.....411

Kurumsal Yönetim Yönünden Bankalarda Risk Alma Davranışları:
Genel Bir Değerlendirme

Göktürk KALKAN

20. Bölüm.....429

Pandemi Ve Ekonomik Olumsuzluk Etkenlerinin Sebep Olduğu
Yeni Dönem Havayolu Yönetim Stratejileri ve Kriz Yönetimi

Ahmet Koray KAYALAR

21. Bölüm.....443

Finansal Gelişmişliğin ve Enflasyonun
Vergi Gelirlerine Etkisi: Türkiye Üzerine Kanıtlar

Seher GÖKPINAR, Burak SERTKAYA

22. Bölüm.....461

Finansman Gider Kısıtlaması Uygulamasında Yaşanılan Sorunların Tespiti-

Selçuk TEKİN

23. Bölüm.....481

Akıllıca Alışverişte İki Yeni Kanal:
Webrooming & Showrooming

Kader EROL

24. Bölüm.....497

Bâbürnâme'de Geçen Kadın İsimleri ve
Bâbürnâme'de Kadının Görünümü

Semra AKGÜL

25. Bölüm.....519

1980-2000 Sürecinde Finansal Raporlamada
Uluslararası Farklılıkların Nedenleri

Zekeriya Emre ERKAL

26. Bölüm.....535

Yeni (Modern) Dış Ticaret Teorileri
Türker BATMAZ

27. Bölüm.....567

Faydacı Meritokrasi, Eşitlikçi Demokrasi ve
 Özgürlükçü Değerlendirme Prensipleri
Ali DEMİR

28. Bölüm.....589

‘Biz’, ‘Cesur Yeni Dünya’ ve ‘1984’ Distopik Romanlarında
 Yazar Kavramlarının Analizi
Shalala RAMAZANOVA

29. Bölüm.....605

Kurumsal Yönetim, Yeni Nesil Örgütlenme ve Bölgesel Kalkınma
Eray AYDIN

30. Bölüm.....625

Covid 19’un Dış Ticarete Etkisi: Belirli Sektörlerin Endüstri İçi
 Ticaret İncelemesi: Türkiye Örneği 2017-2022
Meryem ÖZDEMİR

31. Bölüm.....637

Dijital Pazarlama Kapsamında Sosyal Medya Pazarlaması:
 Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma
Elif BEZİRGAN, Muammer BEZİRGAN

32. Bölüm.....655

Muhasebe Meslek Mensuplarının Meslek Etiği
 Algısı: Kırklareli İlinde Bir Uygulama
Saime DOĞAN, Aysun ATAGAN ÇETİN

1. Bölüm

Seçilmiş Avrupa Ülkelerinde Kamu Sektöründe Cam Tavan Sendromu*

Abdullah ÖZDEMİR¹
Hatice EROL²

*Bu çalışma 3. Uluslararası Karadeniz Modern Bilimsel Araştırmalar Kongresi'nde aynı isimle sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

1 Prof. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İktisat Bölümü, aozdemir@adu.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-7506-3431.

2 Prof. Dr. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü,
haticeerol@adu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8816-1137.

GİRİŞ

Kadınların çalışma yaşamındaki konumlarının güçlendirilmesi, ülke yönetimlerinin çözmeleri gereken sorunların başında gelmektedir. Kadının toplum içerisinde daha görünür kılınması, beraberinde ekonomik katkılarına da artıracaktır. Bunun gerçekleştirilebilmesi kadına yönelik bakış açılarının yeniden gözden geçirilmesine bağlıdır. Kadınlar sadece ev işleriyle ilgilenen, daha düşük ücretli işlerde çalışan, aynı işi yapmasına rağmen daha az gelir elde eden bireyler değildir. Kadınlar bu sorunlarla uğraşırken aynı zamanda çalıştıkları birimlerde hak etmelerine rağmen kimi zaman hak ettikleri terfi etme şansına sahip olamamaktadırlar. Literatürde cam tavan olarak tanımlanan bu olgunun ortadan kaldırılabilmesi, en azından esnetilebilmesi, kadının toplumdaki ve ekonomi içerisindeki rolünü hak ettiği noktaya doğru getirebilecektir.

Cam tavanın tanımlanması yanında, en azından var olduğunun tespitinin yapılabilmesi onunla mücadele için önem arz etmektedir. Avrupa kıtası bu anlamda cam tavanın kadınlar için daha az olduğu bölge olarak bilinmektedir. Bu çalışmanın ana amacı Avrupa’da kadınların kamu sektöründe cam tavan ile karşılaşp karşılaşmadıklarını ortaya koymaya yöneliktir.

Bu amaca yönelik olarak öncelikle cam tavan kavramı üzerinde durulacaktır. Cam tavan engelinin çeşitleri alt başlıklarıyla ele alındıktan sonra, Avrupa’da kamu sektörünün genel yapısı açıklanacaktır. Kamu sektöründe kadın istihdamı özellikle orta ve üst yöneticiler açısından açıklanacak, parlamentoda temsil durumları ortaya konularak çalışma sonuç kısmıyla nihayettendirilecektir.

1. Cam Tavan Kavramı

1.1. Cam Tavan Kavramının Tanımı

Cam tavan, bireylerin bir organizasyonda üst düzey pozisyonlara yükselmek için kariyerleri boyunca karşılaştıkları görünmez engelleri tanımlayan bir metafordur. Bu cam tavanla karşılaşma olasılığı daha yüksek görünen bireyler, kadınlar ve azınlıklardır. Klasik kurumsal hiyerarşide, bu üst yönetim pozisyonları öncelikle erkek egemendir. Sorun, kadınların ne kadar çok çalışırlarsa çalışsınlar, cinsiyetlerinin terfilerinin önünde bir engel haline gelmesiyle başlar. Bununla birlikte, bu bir yeterlilik meselesi değil, daha çok kültürel normlara ve örtük önyargılara dayanan bir dizi yazılı olmayan kuraldır (Bouronikos, 2021).

Günümüzde pek çok kadın, dünya çapında en üst sıralarda yer alsada çok azı üst kademelerde veya yönetim kurullarında yer almaktadır. Kadınlar, ekonomik karar alma süreçlerinde fiilen bulunmadığı veya yetersiz temsil edildikleri için toplumlarındaki ekonomik yapı üzerinde baskı uygulayamamaktadır. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), yönetim ve karar alma düzeyleri de dahil

olmak üzere ekonomik faaliyetlere katılımın teşvik edilmesinin, bunun sadece bir eşitlik meselesi olmadığını, uygulanabilir ve sürdürülebilir ulusal kalkınmanın gerekliliklerinden biri olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle cam tavan yalnızca hiyerarşik terfi önündeki görünmez engeli değil, aynı zamanda cinsiyet eşitsizliğini de temsil etmektedir (Taskina ve Nasrin, 2021: 57).

Cam tavan kavramı literatürde farklı terimlerle birlikte kullanılmaktadır. Özellikle etnik azınlıkta yer alan kadınları tanımlamak için “somut tavan” terimi kullanılmaktayken daha üst yeteneğe sahip kadınların daha düşük işlerde çalışmalarını ifade eden “yapışkan zemin” kavramı da literatürde yer almaktadır. Çeşitli nedenlerle kadınların toplumsal ve ekonomik hayattan uzak tutulmalarını ifade etmek amacıyla “pambu perde” kavramı da cam tavanın başka bir kullanımı olarak ortaya çıkmaktadır. Yukarıda verilen tanımları yanında cam tavan ayrıca; kadınların ulaşmayı hedefledikleri görebildikleri buna karşılık görünmeyen engeller aracılığıyla bu noktaya gelememeleri ve bu kapsamda kadınların yaşadığı bütün hayal kırıklıklarını anlatmaktadır. Bunun yanı sıra cam tavan örgüt içerisinde üst makamlara ilerlemeye getirilen bariyer olarak da kullanılmaktadır (Yolcu, 2021: 4).

Cam tavana ek olarak, ifade edilen bir başka kavram da “cam yürüyen merdiven”dir. Kavram; erkeklerin, kadınların egemen olduğu, cinsiyet ayrımcılığına dayalı mesleklere girdiklerinde bile daha üst pozisyonlara hızlı bir şekilde yükseldiklerini açıklamaktadır. Örneğin sağlık bakım hizmeti gibi kadınların daha yoğun çalıştığı mesleklerde temsil noktalarına kadınlar normal merdivenle çıkarken erkekler yürüyen merdivenle çıkmaktadır. Cam yürüyen merdiven, kadınların işyerinde karşılaştığı sorunları açıklamada cam tavan engelini destekleyen bir kavramdır. Yapılan araştırmalar, beyaz erkeklerin kadınlara göre daha avantajlı olduklarını ortaya koyarken, diğer ırkların erkeklerinde bu denli bir avantaj söz konusu olmamaktadır. Literatürde “*yapışkan zemin*” kavramı da cam tavan kavramını tamamlamaktadır. Yapışkan zeminler, kadınların erkeklere kıyasla iş basamaklarını tırmanmaya başlama olasılıklarının daha düşük olduğu model olarak açıklanmaktadır (Çakal, 2019).

1.2. Cam Tavan Engelinin Çeşitleri

Cam tavan engelinin oluşmasında üç temel engelin olduğu iddia edilmektedir. Bunlar bireysel, örgütsel ve toplumsal faktörlerden kaynaklanan engeller olarak sıralanmaktadır.

1.2.1. Bireysel Faktörlerden Kaynaklanan Engeller

Erkeklerin daha egemen olduğu çalışma yaşantısında, kadınların söz sahibi olabilmek adına erkekler gibi düşünüp, kadınsı bakış açısını göz ardı edebilmektedirler. Kişisel tercih ve algılar ile çoklu rol üstlenme bireysel faktörlerden kaynaklanan engeller olarak sıralanabilir.

1.2.1.1. Kişisel Tercih ve Algılar

Cam tavan, örgütteki ya da toplumdaki algıdan kaynaklanabileceği gibi bireyin kendi kendine yarattığı görünmez bir engel de olabilmektedir. Erkeklerin daha egemen olduğu çalışma yaşamında kadınlar kişisel tercih ve algılardan dolayı özgüven eksikliği yaşayabilmektedir. Bunun yanı sıra yöneticiliğe kendisini çok uygun görmeme, aile yaşantısının olumsuz etkilenebileceği düşüncesi, bireyin kendi kendisine oluşturduğu engeller olarak sıralanmaktadır. Kadınların anne olarak çocuklarının tam zamanlı bakım işlerini üstlenmeleri, çalışma yaşamından tamamen ayrılmalarına ya da bir süre ara vermelerine sebep olmakta ve böylece kariyerleri daha kısa süreli olabilmektedir. Bu algı da kadınların cam tavan engeli yaşamasına sebep olmaktadır. Kadınların kariyerleri yerine eş ve aile yaşantılarını tercih etmeleri, çalışma yaşamında yerine getirmeleri gereken görevlerini yapamamaları sonucuna neden olmaktadır (Telli, 2020: 28). Bu nedenle kadınların cam tavan engellerini aşabilmeleri için öncelikle çalışma yaşamına ilişkin kişisel tercihlerini ve algılarını gözden geçirmeleri gerekmektedir. Kadınlar çalışma yaşamındaki engelleri aşmak için de iş-aile yaşamı uyumunu sağlamaya yönelik çaba içerisine girmelidirler.

1.2.1.2. Çoklu Rol Üstlenme

Özellikle Türkiye’de ev ve çocukların bakım işi genellikle kadınların görevi gibi görülmektedir. Bu nedenle bekârken çalışma yaşamına daha iyi adapte olabilen kadınlar evlilik sonrasında yaptıkları iş ile aile yaşantıları arasındaki bağlantıyı sağlamada zorluklar yaşamaktadırlar. Bu ise beraberinde hem kadınların kendi kariyerlerinde yükselmelerini yavaşlatmakta hem de cam tavanın oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Kadınlar bir yandan ev hayatında çocukların ve yaşlıların bakımı ile ilgilenmekte diğer yandan iş hayatında başarıyla ilerlemeye çalışmaktadırlar. Bu çoklu rol zorluğu içerisinde kadınlar ayrıca çalıştıkları kurumlarda söz konusu zorluğu ortadan kaldıracak desteği de çoğunlukla bulamamaktadırlar. Erkekler ise daha çok yaptıkları işe daha fazla odaklanma şanslarına sahip olarak hayatlarını idame ettirme imkânına sahip oldukları için kadınlarla karşılaştırıldığında daha şanslı bir pozisyonda bulunmaktadır (Toprak, 2022: 26).

1.2.2. Örgütsel Faktörlerden Kaynaklanan Engeller

Örgütsel faktörlerden kaynaklanan cam tavan engelleri beş ana başlık altında toplanmaktadır. Bunlar örgüt kültürü, örgüt politikaları, mentor eksikliği ve informal iletişim ağlarına katılamamadır.

1.2.2.1. Örgüt Kültürü

Geleneksel toplumlarda, kadınların erkeklere göre daha az oranda çalışma yaşamında yer almaları, çalışma yaşamında işe alma kararlarında erkeklerin daha baskın olmasına neden olmaktadır. Bu ise işe alının yeni çalışanların daha çok erkek olması doğal sonucunu doğurmaktadır. Erkeklere kıyasla kadınların daha az dikkate alındığı örgütlerde, kadınların kendilerini ön plana çıkarmaları da çok kolay olamamaktadır. Bu erkek egemen yapı, örgütte kadınsı değerlerin daha az olmasına, beraberinde cam tavanın oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Aşık, 2014: 88-89).

1.2.2.2. Örgüt Politikaları

İşletmelerin uyguladıkları politikalar ve ülkelerin kanuni düzenlemeleri kadınlara kariyerlerinde avantajlar sağlayabileceği gibi bir takım bariyerlerin oluşmasına da neden olabilmektedir. Bu kapsamda işletmelerin çalışanlarına uyguladığı ücret politikaları ve kariyer fırsatları ayrımcı olabilmektedir. Üst düzey yönetici atamalarında kadın çalışanlara daha az fırsat tanınması, kadınların üst düzey yönetici olabilmeleri için kendilerini hazırlamalarını da daha az olanaklı hale getirmektedir. İşletmelerin cam tavan oluşumunu engellemek için kadınların formel istihdamını artıracak desteklemelerde bulunması, kadınların işgücüne katılımını engelleyen faktörleri azaltması, sosyal yardımları artırması gibi kararları almaları gerekmektedir (Bilkay, 2017: 32-33).

1.2.2.3. Mentor (Rehber) Eksikliği

Mentor ya da rehber bir işletmede daha kıdemli personelin daha yeni personele yol göstermesi ve yeni personelin kendi kariyerini oluşturması hususunda kendisini yönlendirmesini ifade etmektedir. Daha kıdemli ve deneyimli çalışan kendi deneyimlerini yeni çalışana vermek suretiyle onun mesleki gelişimine olumlu katkı sağlamış olmaktadır. İşletmeler bu sayede hem çalışanın işe alışmasını sağlamakta hem de çalışan denetimini yapmaktadır. Mentorluk sisteminin işleyebilmesi kıdemli ve yeni personel arasındaki güven ilişkisinin tesis edilebilmesine bağlıdır. Cam tavan sendromu kadınların yükselmelerini engellerken, aynı iş yerinde çok uzun süre aynı pozisyonda çalışmasına neden olabilmektedir. Bu nedenlerle cam tavanın olduğu iş yerlerinde mentorluk sistemi sağlıklı şekilde işleyememektedir. İşe yeni alınan

kadınlar hem mentor olarak hem cinsleriyle muhatap olamayacaklar hem de üst kademe yönetici olarak kadınların olmaması motivasyonlarını düşürücü bir etki meydana getirebilecektir (Yaşar, 2019: 20).

1.2.2.4. İnfomal İletişim Ağlarına Katılamama

Bir örgütte gerek formal ve gerekse infomal iletişim kanalları sağlıklı ve ayrıntılı olarak organize edilmişse, yöneticiler, çalışanlarının motivasyonlarının hangi düzeyde olduğunu daha sağlıklı olarak teşhis edebilmekte ve hangilerinin daha iyi yönetici olabileceklerini analiz edebilmektedirler. Ancak cam tavanın olduğu örgütlerde erkekler kendi aralarında formel olmayan yollarla daha iyi iletişime geçebilmekte, kadınlar ise bu yolla kendilerini ifade şansını çok fazla bulamamaktadırlar. İnfomal iletişimi kullanan erkekler, daha yüksek kademe yönetici olabilmek için kendilerine şans yaratabilmekteyken kadınlar bu yolu kullanamadıkları ya da daha az kullanabildikleri için bu yolla yükselme şansları erkeklere kıyasla daha düşük düzeyde kalmaktadır. Fortune 1000 şirketlerinde yapılan bir araştırmaya göre, kadın yöneticilerin % 47'si terfide en önemli faktörün infomal iletişim olduğunu ve bunun da kadınların yüksek pozisyonlu yönetici olmalarındaki engel olduğunu düşünmektedirler. İnfomal iletişimi kullanamayan kişiler hem hak ettikleri halde üst düzey yönetici olamamakta hem de iletişimde bulunamadıkları için kendilerini dışlanmış ve değersiz hissetmekte böylece de motivasyonları ve verimlilikleri düşük düzeyde çalışmak zorunda kalmaktadırlar (Şen, 2017: 27-28). Görüldüğü gibi iletişimsizlik hem cam tavanı yaratmakta hem de cam tavanın bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

1.2.3. Toplumsal Faktörlerden Kaynaklanan Engeller

Cam tavan engellerinde bireysel ve örgütsel faktörler kadar etkili olan diğer faktörler ise toplumsal yapıdan kaynaklanmaktadır. Bir ekonomide toplumsal faktörlerden kaynaklanan engeller, genel olarak mesleki ayrımcılık ve toplumsal baskı şeklinde ikiye ayırmak suretiyle ele alınmaktadır.

1.2.3.1. Mesleki Ayrımcılık

Literatürde yatay katmanlaşma, mesleklerin kadın ya da erkek mesleği olarak tanımlanması anlamına gelmektedir. Daha çok fiziksel kuvvete dayalı olan işler erkek işleri olarak tanımlanırken daha çok ayrıntıya, el becerisine dayalı işler ise kadın işleri olarak ele alınmaktadır. Dikey katmanlaşmada ise aynı mesleki eğitime sahip cinsler arasında erkeklerin daha yüksek pozisyonlu işlerde yer alırken kadınların daha düşük pozisyonlu ve daha az gelir elde edilen mesleklerde yer almasıdır. Geleneksel toplumlarda gerek yatay gerekse de dikey katmanlaşma daha yoğun olarak görülmektedir. Kadınların gerekli özellik ve eğitime sahip

olmalarına rağmen çalıştıkları iş yerlerinde erkeklere nazaran daha üst düzeye gelememeleri mesleki ayrımcılık olarak adlandırılmaktadır.

1.2.3.2. Toplumsal Baskılar

Toplumsal yapı farklılıkları kadınların cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmalarında etkili olmaktadır. Geleneksel toplumlarda kadınların, modern toplumlara kıyasla daha çok cinsiyet ayrımcılığına maruz kaldıkları görülmektedir. Toplumda erkeklerin kadınlara nazaran daha iyi yöneticilik yapabilecekleri ön yargısı ve buna yönelik geliştirilen tutumlar şu şekilde ortaya çıkmaktadır. Çalışan kadınların üst düzey yönetici olmaları durumunda işin üstesinden gelemeyecekleri, çeşitli sorunlara neden olacakları, özel hayatlarındaki sorumluluklarının da etkisiyle yaptıkları işleri düzenli olarak yapamayacakları, en önemlisi alacakları kararlarda erkeklere kıyasla daha duygusal davranacakları ön yargı ve tutumlar olarak sıralanabilir. Kadınlara yönelik ön yargılar arasında, kadınların özellikle aldıkları eğitim düzeyinin daha alt seviyede olduğu, bunun yanı sıra kendilerini geliştirmede daha az hırsa sahip olduğu düşünceleri sayılabilir. Geleneksel bakış açısı kadının evde yapacağı daha fazla işin olduğunu iddia etmekte, bu ise toplumda cinsiyet ayrımcılığı, beraberinde daha düşük seviyede işlerin ancak kadınlar tarafından yapılabileceği düşüncesinin yerleşmesine neden olmaktadır (Toprak, 2022: 30).

1.3. Cam Tavan Sendromunun Sonuçları

Literatürde cam tavan sendromunun sonuçları iki şekilde ele alınarak sınıflandırılmaktadır. Bunlar cam tavan sendromunun bireysel ve örgütsel sonuçlarıdır.

1.3.1. Cam Tavan Sendromunun Bireysel Sonuçları

Cam tavan sendromunun bireysel sonuçları şu şekilde ifade edilebilir. Bunlar; iş tatminsizliği, işe yabancılaşma, motivasyon yitimi, örgütsel bağlılıkta ve güvende azalma, örgütsel sessizlik, örgütsel sinizm ve çalışan performansının azalmasıdır.

1.3.1.1. İş Tatminsizliği

Literatürde iş tatmini, iş görenin yaptığı işe karşı gösterdiği olumlu düşüncelerin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. İş gören yaptığı işten ne denli memnun olursa bu doğrudan çalışma performansını olumlu olarak etkileyecektir. Cam tavan sendromu beraberinde iş tatminsizliğine yol açmakta, iş memnuniyetsizliği ve düşük performans olarak kendini göstermektedir. İş gören performansı, kararlara katılımdan, işe olan devamına, işten ayrılma kararına

kadar önemli göstergeleri ifade etmektedir. Düşük performans, düşük verim, etkinsizlik ve düşük karlılık olarak kendini gösterebilmektedir (Yanmaz, 2019: 22).

1.3.1.2. İşe Yabancılaşma

Yapmış olduğu işte yükselme fırsatının olmayacağı ya da düşük ihtimalli olması düşüncesi bireyin ya da iş görenin motivasyonunu bozmaktadır. Bu ilgi eksikliği, beraberinde iş görenin daha isteksiz ve daha az verimli olması doğal sonucunu doğurmaktadır. İsteksizlik, işe yabancılaşmayı, kurumun bir parçası gibi davranamamayı ve iş tatminsizliğini doğurmaktadır. İşverenlerin çalışanlarından beklentilerinden birisi de yenilikçi fikirler yaratmasıdır. İşe yabancılaşma beraberinde iş görenin örgütle ilgili fikirlerini dile getirmemesine neden olmaktadır. Hem örgütün kendisinden kaynaklanan engeller hem de bireysel engellerin yanında bir de örgüt içinde fikirlerine değer verilmediğinin düşünülmesi bireyin daha da sessiz kalmasına neden olmaktadır. İşe yabancılaşma hem örgüte duyulan güveni azaltmakta hem de bireyin diğer çalışma arkadaşlarıyla iletişimini azaltmaktadır. Bu ise bireyin daha mutsuz ve daha düşük performanslı bir çalışan olması anlamına gelmektedir (İpçioğlu vd., 2018, 690).

1.3.1.3. Motivasyon Yitimi

Bireyleri belirli amaçlara ulaşabilmeleri için harekete geçiren güç motivasyondur. Motivasyonun yüksek olması çalışanın örgüt içerisindeki performansını ve karşısına çıkabilecek zorluklarla mücadele yeteneğini artıracaktır. Tam tersine motivasyonun düşük olması çalışma şevkini azaltırken, verimliliği ve etkinliği de düşürecektir. Kadınların çalışma yaşantısında cam tavana maruz kalmaları ve örgüt içerisinde kendisinin değersiz olduğunu hissetmesi, motivasyonunu önemli düzeyde düşürecektir. Bu ise hem bireyin kariyer hedeflerine ulaşmasını zorlaştıracak hem de örgütün verimlilik ve etkinliğini azaltacaktır (Bozdoğan, 2020, 21-22).

1.3.1.4. Örgütsel Bağlılıkta Azalma

Örgütsel bağlılık, bir örgütte iş görenin çalıştığı birimin hedeflerine ulaşmaya, faydasını artırmaya yönelik eylemleri ve bu kapsamdaki etik baskıların toplamı olarak ifade edilebilir. İş görenin çalıştığı birime karşı hissettiği bağın gücü, örgütsel bağlılığı göstermektedir. İş görenin çalıştığı birime karşı duyduğu bağlılık ne denli yüksekse, bu hem iş yerine karşı gösterdiği çalışma özeninin artmasını sağlarken hem de çalıştığı birimde ürettiği nihai ürünün niteliğini yükseltebilecektir. Olumlu eylemler, çalışılan birimin veriminin, gelirlerinin ve

karlılığının artması doğal sonucunu yaratacaktır. Ayrıca örgütsel bağlılık, işçinin işten ayrılma düşüncesini ortadan kaldırarak iş gücü devir hızının azalmasını sağlamak suretiyle işletmenin işe alma ve işe alıştırma maliyetlerini düşürerek karlılığını da artıracaktır. İş görenin çalıştığı örgüte bağlılığı, üç şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlar duygusal, sürekli ve normatif bağlılıktır (Yolcu, 2021: 30).

Örgütsel bağlar ne denli güçlü ise örgüt, karlılık oranlarını yükselterek daha uzun ömürlü olarak faaliyetlerine devam edebilecektir. Ancak bunun tersine cam tavan nedeniyle duygusal olarak çalıştığı örgüte bağlılık duymayan, aynı iş yerinde sürekli olarak çalışmayı düşünmeyen, kişilik özelliklerinin çalıştığı birimle uyuşmadığını düşünen çalışanın örgüte bağlılığı azalacak, sonuçta çalışanın göstereceği performans düşüklüğü nedeniyle örgütün geliri, karlılığı ve verimliliği düşük düzeyde olacaktır. Söz konusu örgütün çok fazla uzun ömürlü olması da mümkün olmayacaktır. Görüldüğü gibi cam tavanın varlığı, iş gören için önemli bir sorun ve motivasyon eksiklik kaynağı iken aynı zamanda çalışılan örgütün sürdürülebilirliğinin de düşük olması sonucuna neden olmaktadır.

1.3.1.5. Örgütsel Güvende Azalma

Örgütsel güven, iş görenlerin çalışmış oldukları birime duydukları itimat etme eğilimi şeklinde ifade edilebilir. Ekonomik yapıda öngörülebilirlik son derece önemlidir. Bu anlamda işletmelerde güvenin sağlanması geleceğin daha ön görülebilir olmasına yani gelecekle ilgili risklerin daha az olmasına neden olacaktır. Tersine düşünüldüğünde güvende meydana gelebilecek bir azalma ise örgütün karşı karşıya kalacağı risklerin artması anlamına gelecektir. Örgütlerde güvenin azalması aynı zamanda çalışanlar arasındaki iletişimi de azaltarak, yabancılaşma duygusunun daha da artmasına neden olabilecektir. Örgütsel güven, hem yöneticiye hem de örgütün kendine güven anlamına gelmektedir. Bu anlamıyla örgütsel güvenin sağlanması, söz konusu örgütün ulaşmayı amaçladığı hedeflere daha rahat ulaşmasına zemin hazırlayacaktır. Cam tavanın varlığı yöneticilere olan güveni azaltacaktır. Yöneticilerin ellerinde bulundurdukları yetki ve sorumlulukları herkese eşit ve adaletli bir şekilde uygulamaları, örgütsel güvenin temini için çok önemlidir. Özellikle etik kaygı taşımayan, adaletli davranmayan, çalışılan ortamı daha da geren yöneticiler, çalışanların örgüte olan güvenlerini zedelerken aynı zamanda iş görenlerin iş performanslarının, örgüte olan bağlılıklarının ve iş tatminlerinin azalmasına da neden olacaklardır (Örücü ve Akgül, 2019: 187).

Örgüte güven, bu anlamda yöneticiye güven anlamını ifade etmektedir. Çalıştığı birimde önemsendiğini, kendine değer verildiğini, sonraki süreçte yükseleceğini bilen iş görenler daha yüksek motivasyonla çalışarak, yüksek verim ve etkinliği sağlayabileceklerdir.

1.3.1.6. Örgütsel Sessizlik

Çalışan sessizliği, belirli örgüt üyeleri tarafından bu koşulları değiştirebilecek konumda olanlardan örgütsel koşullar hakkında “gerçek” ifadelerin saklanmasıdır. Örgüt üyelerinin çoğu örgütü ilgilendiren konularda sessiz kalmayı tercih ettiğinde, sessizlik, örgütsel sessizlik olarak adlandırılan kolektif bir davranış haline gelmektedir. Başka bir tanıma göre örgütsel sessizlik “işle ilgili fikirlerin, bilgilerin ve görüşlerin kasıtlı olarak saklanması”dır. Aslında örgütsel sessizlik, maliyet ve çabayı boşa harcayan verimsiz bir örgütsel süreci ifade etmektedir (Shojaie vd., 2011: 1732).

Örgütsel sessizlik, beraberinde cam tavanın oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Çalışanlarından, örgütle ilgili sorunlar hakkında bilgi edinemeyen üst yönetim, aynı zamanda hangi çalışanlarının üst yönetici olması gerektiği hakkında da doğru karar veremeyecektir. Örgüt içinde sessizlik ancak doğru iletişim kanalları oluşturularak ve hak eden kişinin terfi ettirilmesi suretiyle çalışanların motive edilmesi sağlanarak ortadan kaldırılabılır. Bu da cam tavan sendromunun azaltılmasını ve böylece örgütün daha verimli olmasını sağlayacaktır.

1.3.1.7. Örgütsel Sinizm

Örgütsel sinizm, hayal kırıklığı ve öfke gibi duygularla beraber ele alınarak açıklanmaktadır. Bu doğrultuda örgütsel sinizm, çalışanların örgütlerine güven duymaması ve örgütün güvenilmeyeceğini hissetmesi durumunda ortaya çıkmaktadır. Örgütsel sinizm beş farklı yapıya bölünmüştür. Bunlardan birincisi olan “kişisel sinizm”, bireyin kişilik özelliklerini ifade etmektedir. İkincisi “toplumsal sinizm”, genel olarak topluma karşı olumsuz duyguları beslemeyi göstermektedir. Üçüncüsü “değişime karşı sinizm”, bir çalışanın herhangi bir organizasyonel değişime ve bir kariyerin doğasına yönelik güvensizliğini ifade etmektedir. Dördüncüsü “iş sinizmi”, tükenmişliğin bir bileşeni olarak ele alınmaktadır. İş sinizmi, kişinin işine karşı tecrit edilmiş ve kayıtsız bir tutum sergilemesi ve kişinin işteki performansını olumsuz terimlerle değerlendirme eğilimi anlamına gelmektedir. Beşincisi “çalışan sinizmi”, çalışanların davranışsal sonuçları ve olumsuz tutumlarını ifade etmektedir. Örgütsel sinizmin diğer boyutlarında olduğu gibi çalışan sinizminin de verimlilik ve örgütsel süreçler üzerinde olumsuz etkisi bulunmaktadır (Durrah vd., 2019: 3).

1.3.1.8. Çalışan Performansının Düşmesi

İş görenleri çalışmaya yönelten önemli faktörlerin başında terfi edebilme olanaklarının varlığıdır. Çalışma hayatında gerekli niteliklere sahip olduğu takdirde terfi edebileceğini bilen ve düşünen iş görenler söz konusu nitelikleri

edinebilmek için gerekli çaba ve faaliyetleri gösterecektir. Tersine tüm çalışma yaşamı boyunca aynı pozisyonda çalışacağını bilen iş gören ise kendini geliştirmek adına çok fazla bir eylem içerisine girmeyecektir.

Cam tavanın varlığı gerekli niteliklere sahip olmasına rağmen kadınların yükselememesi sonucunu doğurmaktadır. Hangi niteliğe sahip olursa olsun aynı pozisyonda çalışacağını düşünmek, aynı zamanda kendine rol model olarak bir kadının olmaması gibi faktörler kadınların çalışma performanslarını olumsuz yönde etkileyecektir. Motivasyon kısmında da değinildiği gibi iş görenin motive edilememesi, beraberinde düşük performansı getirecektir. Bunun yanı sıra düşük verim ve düşük etkinlik, özelde bireyin gelirlerinin, genelde ise çalışılan örgütün yeterince gelir elde edememesine neden olacaktır.

1.3.2. Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Sonuçları

Cam tavan sendromunun örgütsel sonuçlarını şu şekilde sınıflandırmak mümkündür. Bunlar; maliyetlerin, devamsızlığın artışı ve işgören devir hızının artmasıdır.

1.3.2.1. Maliyet Artışı

Cam tavan sendromu, daha yüksek performans gösterebilecek kadınların yönetimden uzaklaşmasına neden olmaktadır. Kadın çalışanlar kimi hallerde işten ayrılmakta, işgücü devir hızı artmaktadır. İşletme bir yandan yatırım yaptığı iş görenden gerekli geri dönüşü alamamakta diğer yandan da yüksek oryantasyon maliyetlerine katlanmak zorunda kalmaktadır. Tüm bu gelişmeler, işletmenin verimliliğinin ve etkinliğinin azalmasına neden olmaktadır. Bunun yanı sıra işletmelerin üst yönetimlerinde sadece erkeklerin yer alması, homojen bir karar alma süreci anlamına gelecek, çeşitliliğin yaratabileceği yenilikçi fikirlerin ortaya çıkışını azaltacaktır. Özellikle uluslararası rekabetçi emek piyasasında cinsiyete dayalı bir ayrımcılık bir yandan gerçekten kalifiye ve faydalanılabilecek bir çalışanın sadece kadın olmasından dolayı istihdamını engellerken diğer yandan söz konusu işletmeye gelmeyi düşünen olası yüksek nitelikli bireylerin istihdamını engelleyebilecektir. Bu da düşük performans ve yüksek maliyet anlamına gelmektedir (Yanmaz, 2019: 26).

1.3.2.2. Devamsızlık Artışı

İş motivasyonunun sağlanması, iş görenin kendisini daha iyi donatması ve iş yaşamı, kuralları, zamanlamasına daha fazla özen göstermesi anlamına gelmektedir. Terfi edebilmenin yolunun kendini geliştirmek ve takım oyuncusu olmaktan geçeceğini düşünen iş gören, orta ve uzun vadede daha nitelikli ve daha titiz bir çalışan olacaktır.

Cam tavanın ortaya çıkışı bireyin iş motivasyonunu önemli derecede düşürmektedir. İş motivasyonunun düşüklüğü beraberinde kalifikasyonu artırmaya yönelik çabaların da azalması hatta olmaması anlamına gelmektedir. Motivasyon kaybı aynı zamanda işe gösterilen özen ve titizliğin de azalmasını beraberinde getirmektedir. İşe geliş gidiş saatlerine çok dikkat edilmemesi, iş kıyafetlerinin daha özensiz olması, en önemlisi yapılan işin niteliğinin düşük olması gibi faktörler sadece iş gören performansını düşürmekle kalmamaktadır. Aynı zamanda örgütün olası gelir ve karlarının da düşmesi sonucunu yaratmaktadır. Bu olgu benzer şekilde verim düşüklüğü ve etkinsizliği de ortaya çıkarmaktadır.

1.3.2.3. İş gören Devir Hızı Artışı

İş gören ya da işçi devir hızı, belirli bir dönemde işletmeye gelen ya da çıkan işçi sayısının söz konusu dönemde işletmedeki ortalama işçi sayısına bölünmesi suretiyle bulunmaktadır. İşletmede örgütsel iklim ne denli demokratik ve başarıya endeksli ise işletmeye gelen ve çıkan çalışan sayısı o kadar az olacak, sonuçta iş gören devir hızı düşük olacaktır. Bunun yanı sıra örgütün ücret politikası, ekonominin içinde bulunduğu konjonktür iş gören devir hızını etkilemektedir. Cam tavan algısı çalışan bireylerin işyerlerinden memnuniyetsizliğinin artmasına sonuçta iş gören devir hızının artmasına neden olmaktadır. Bu ise işletmelerin işe alma ve oryantasyon maliyetlerinin artmasına neden olmakta, maliyet artışı ürün fiyatlarını artırırken, işletmenin ürünlerine olan talebin azaltarak, işletmenin karlılığının azalmasına neden olmaktadır (Bozdoğan, 2020: 26).

2. Avrupa Ülkelerinde Kamu Sektöründe Cam Tavan

2.1. Avrupa Ülkelerinde Kamu Sektöründe Kadın İstihdamı

Kadınların çalışma hayatında yer almaları ekonomik, sosyal ve psiko-sosyal nedenlerle büyük önem taşımaktadır. Bir birey olarak kendini ifade edebilmenin yolu, ekonomik olarak özgürlüğe sahip olmaktır. Bunun sağlanması beraberinde bireyin kendini sosyal ortamda daha iyi ifade edebilmesine zemin hazırlamaktadır. Sağlıklı bireylerin, içinde yaşadıkları toplumu da daha huzurlu ve sağlıklı yaptığı gerçeği gözden uzak tutulmamalıdır.

Ülkelerin gelişmişliğini ve kalkınma düzeylerini belirleyen faktörlerden biri kadının birey olarak çalışma hayatında kendine ne ölçüde yer bulabildiğidir. Bunun ortaya konulabilmesi amacıyla aşağıda Tablo 1'de seçilmiş Avrupa ülkelerinde kadınların istihdam oranı verilmektedir.

Tablo 1: Seçilmiş Avrupa Ülkelerinde Kadınların İstihdam Oranı (%)

	2011	2017	2019
Litvanya	51,75	51,29	50,60
Letonya	-	50,73	50,54
Estonya	50,57	48,71	48,44
Portekiz	46,77	48,65	49,50
Finlandiya	48,34	48,16	48,29
Fransa	47,49	48,11	48,51
Slovakya	44,19	47,83	45,14
İsveç	47,30	47,65	47,51
Norveç	47,35	47,29	47,06
Danimarka	49,16	47,21	46,87
İngiltere	46,37	46,96	47,04
Avusturya	-	46,73	46,72
Almanya	46,37	46,50	46,65
Belçika	45,40	46,18	47,24
İspanya	44,89	45,47	45,67
Macaristan	46,04	45,33	45,27
Hollanda	-	45,29	46,74
Polonya	44,43	44,80	44,63
İtalya	40,97	42,02	42,26
Yunanistan	41,05	41,89	42,05
Türkiye	-	28,9	28,7

Kaynak: OECD verilerinden derlenmiştir.

Avrupa ülkelerinde toplam istihdamın cinsiyetler arası dağılımı Türkiye'ye kıyasla daha dengeli bir görünüme sahiptir. Tablo 1 verilerine göre seçilmiş Avrupa ülkelerinde kadın istihdam oranı % 40-50 arasındadır. Bu oran gerek 2011 gerekse 2019 dönemi için de geçelidir. Tablo 1 verilerinde yer alan seçilmiş Avrupa ülkelerinde kadın istihdam oranının en düşük olduğu ülke yaklaşık %42 ile Yunanistan iken Türkiye'de kadın istihdam oranı yaklaşık %28-%29 düzeyindedir. Avrupa ülkelerinde kadınların çalışma yaşamına daha yüksek orandaki bu katılımına karşılık, Türkiye'de bu oranın daha düşük düzeyde kalması, Türkiye'nin kadın istihdamını arttırmaya yönelik etkili politikalar uygulamasının bir zorunluluk olduğunu göstermektedir.

Kadınların çalışma yaşamında karşılaştığı engellerin özellikle II. Dünya Savaşı sonrası altın çağını yaşayan refah devleti uygulamaları ile azaltılması, kadın istihdamında artış yaşanmasını sağlamıştır. Refah devleti uygulamaları ile

desteklenen Keynesyen iktisat politikaları sonucu özellikle kamu sektöründe kadın istihdamının özel sektöre göre daha olumlu olması beklenmektedir.1980 sonrası neoliberal politikalarla refah devleti uygulamalarında gerilemeler yaşansa da güçlenen kadın hareketi kadın istihdamına olumlu yansımıştır. Aşağıda Tablo 2’de seçilmiş Avrupa ülkelerinde toplam istihdamda kamu sektörünün payının hangi büyüklüğe sahip olduğu verilmektedir.

Tablo 2:Seçilmiş Avrupa Ülkelerinde Toplam İstihdamda Kamu Sektörünün Payı (%)

Ülkeler	2007	2019	Ülkeler	2007	2019
Norveç	29,62	30,69	Slovenya	15,56	16,74
İsveç	30,41	28,66	Avusturya	16,92	16,67
Danimarka	28,33	27,61	Yunanistan	17,99	16,65
Finlandiya	24,47	24,24	Çekya	16,20	16,57
Estonya	20,73	22,70	İngiltere	19,27	15,98
Litvanya	23,26	21,92	İspanya	13,43	15,58
Fransa	22,35	21,23	İrlanda	14,61	14,91
Letonya	19,47	19,61	Portekiz	14,49	14,07
Macaristan	19,18	18,86	İtalya	14,53	13,21
Slovakya	19,38	18,52	Türkiye	13,09	13,06
Belçika	18,49	18,29	Hollanda	12,81	11,71
Polonya	17,43	17,25	Almanya	11,42	10,63

Kaynak: OECD verilerinden derlenmiştir.

Tablo 2 verileri incelendiğinde, gerek 2007 ve gerekse 2019 yıllarında Avrupa ülkeleri arasında İskandinav ülkelerinin kamu sektörlerinin toplam istihdam içerisinde daha büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Buna karşılık her iki dönemde de toplam istihdamda kamu sektörünün payı açısından Türkiye, Hollanda ve Almanya son sıralarda yer almaktadırlar. Toplam istihdamda kamu sektörünün oranı düşük olmakla birlikte kamu sektöründe kadın istihdamının genel kadın istihdam oranına göre daha yüksek olması beklenmektedir. Aşağıda Tablo 3’de seçilmiş Avrupa ülkelerinde kamu sektörü istihdamında kadınların oranı verilmektedir.

Tablo 3: Seçilmiş Avrupa Ülkelerinde Kamu Sektörü İstihdamında Kadınların Oranı (2019)

	Kamu Sektöründe Kadınların İstihdam Oranı (%)
İsveç	71,82
Finlandiya	71,00
Norveç	69,61
Danimarka	69,60
Litvanya	67,95
Estonya	67,83
Letonya	66,96
İngiltere	66,33
Fransa	63,76
Avusturya	62,13
Slovakya	60,87
Portekiz	60,70
Polonya	60,62
Macaristan	60,03
İtalya	58,22
Belçika	57,23
İspanya	56,11
Almanya	55,46
Hollanda	49,47
Yunanistan	47,85
Türkiye	25,30

Kaynak: OECD verilerinden derlenmiştir.

Tablo 3 verilerine göre kamu sektöründe kadın istihdamı yaklaşık % 50 ile %70 arasında değişmektedir. Tablo 1 verilerine göre kadınların genel istihdama katılım oranı %40 ile %50 arasında değişirken kamu sektöründe kadın istihdamının %50-70 arasında olması kamu sektöründe kadın istihdamının genel kadın istihdamından yüksek olduğunu kanıtlamaktadır. Kamu sektöründe kadın istihdamının en yüksek olduğu ülkeler İsveç, Finlandiya, Norveç Danimarka gibi Kuzey İskandinav ülkeleri olurken en düşük olduğu ülke %25,30 ile Türkiye olmaktadır.

Emek piyasasında işsizliğin azaltılması dolayısıyla istihdamın artırılması büyük önem taşımaktadır. İstihdam artışı, üretim artışını sağlayarak fiyatlar genel seviyesinin normal düzeyde olmasını da sağlayabilecektir. Bu nedenle toplam

istihdam artışı hedeflenirken kadın istihdamını arttırmaya yönelik tedbirlere ayrıca önem verilmesi gerekmektedir.

2.2. Avrupa Ülkelerinde Kamu Sektöründe Cam Tavanın Görünümü

Kadının ekonomik ve toplumsal yaşamda yerinin daha net görülebilmesi aynı zamanda bir cam tavanın varlığının olup olmadığının ortaya konulabilmesi için farklı değişkenler kullanılmaktadır. Bu değişkenlerden biri cam tavan endeksidir. Cam tavan endeksi; Ekonomist Dergisi tarafından kadınların eğitim durumu, ücretlendirme, yönetici pozisyonlarındaki kadınlar ve kadın parlamenter sayısı gibi kriterler değerlendirilerek hesaplanmaktadır. Buna göre oluşturulan seçilmiş Avrupa ülkelerindeki 2022 yılı cam tavan endeks değerleri aşağıdaki Tablo 4’de verilmektedir.

Tablo 4. Seçilmiş Avrupa Ülkelerinde Cam Tavan Endeks Değerleri Sıralamaları (2022)

1- İsveç	7- Fransa	13- İtalya	19-
2- İzlanda	8- Polonya	14- İngiltere	20-
3- Finlandiya	9- Slovakya	15- Almanya	21- İsviçre
4- Norveç	10-	16- İrlanda	22- Türkiye
5- Portekiz	11- İspanya	17- Hollanda	
6- Belçika	12- Avusturya	18- Çekya	

Kaynak: Ekonomist dergisi verilerinden derlenmiştir.

Cam tavan endeks değerleri 2022 yılı sıralamasında ilk sırada İskandinav ülkeleri yer almaktadır. Bu ülkeler daha önce de ifade edildiği gibi toplam istihdamda kamu sektörünün daha yoğunluk olduğu ülkelerdir. Tablo 4’den de görüldüğü gibi Türkiye bu endekste son sırada yer almaktadır. Türkiye, 29 üyeli OECD ülkeleri arasında ancak 27. sırada kendine yer bulabilmektedir. OECD ülkeleri arasında son sırada ise Güney Kore yer almaktadır.

Cam tavan endeks değerlerinin seviyesini belirleyen faktörlerden bir diğeri de üst ve orta yönetim pozisyonlarındaki kadınların oranlarıdır. Bunun ortaya konulabilmesi amacıyla aşağıda Tablo 5’te seçilmiş Avrupa ülkelerinde 2011-2020 yılları arası üst ve orta yönetim pozisyonlarındaki kadınların oranı verilmektedir.

Tablo 5: Avrupa Ülkelerinde Üst ve Orta Yönetim Pozisyonlarındaki Kadınların Oranı

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Almanya	27,9	27,1	27,5	27,8	28,0	28,1	28,2	28,6	28,6	27,1
Avusturya	26,1	27,1	26,3	27,8	27,9	29,5	29,2	28,9	32,0	31,5
Belçika	30,5	31,7	30,8	31,3	31,0	32,0	32,9	33,5	31,9	34,6
Bosna Hersek	22,6	23,0	21,4	24,2	24,2	18,8	18,8	26,1	25,4	24,9
Bulgaristan	37,0	35,5	36,0	35,4	37,4	39,3	39,3	39,3	39,2	42,4
Çekya	23,8	22,9	24,3	26,3	27,5	23,0	24,0	26,2	26,6	27,4
Danimarka	28,5	24,5	23,7	23,4	26,2	28,0	27,0	26,3	26,6	28,0
Estonya	34,6	31,6	32,8	30,8	27,8	31,6	34,3	33,2	35,1	35,8
Finlandiya	31,1	29,7	29,5	34,3	33,5	34,1	31,4	32,0	36,8	37,5
Fransa	39,1	39,2	35,6	32,0	30,9	31,1	32,6	34,4	34,3	34,9
Hırvatistan	23,6	25,8	23,9	24,4	26,1	29,5	27,9	26,1	24,3	29,1
Hollanda	27,9	23,3	22,7	24,6	17,6	24,9	25,4	23,8	28,2	25,3
İngiltere	32,1	14,3	16,6	15,6	14,4	16,7	17,3	16,3	17,5	19,3
İrlanda	30,6	29,9	29,9	31,0	29,9	31,9	31,0	32,2	30,4	32,4
İspanya	28,1	40,3	38,5	36,5	37,0	41,8	41,9	38,2	40,5	40,6
İsveç	33,5	28,8	29,4	29,5	30,4	30,3	30,9	31,9	33,7	36,5
İsviçre	28,6	34,5	35,5	37,4	39,8	39,5	39,4	39,0	41,9	43,1
İtalya	21,6	22,2	22,0	21,9	21,8	22,0	22,4	23,2	23,3	23,0
İzlanda	39,1	38,2	37,9	38,2	39,5	34,8	33,0	43,0	44,0	38,6
Karadağ	35,7	35,3	36,5	35,4	38,1	38,8	37,9	38,2	38,6	37,3
Letonya	44,3	15,3	17,0	16,1	14,8	14,0	14,9	17,4	14,3	17,4
Litvanya	36,5	44,6	42,2	42,1	44,3	46,3	44,1	43,2	43,5	46,2
Macaristan	38,2	36,3	38,3	37,6	39,1	37,7	37,6	37,1	35,9	36,8
Norveç	31,2	28,3	23,1	24,0	24,5	24,4	26,0	24,8	26,0	24,8
Polonya	35,9	31,2	31,3	33,3	33,7	35,4	35,9	33,5	32,7	32,0
Portekiz	24,5	35,0	35,5	36,4	37,4	38,1	38,2	39,5	41,2	41,4
Romanya	31,8	26,0	25,7	31,8	28,0	29,6	28,0	32,2	37,0	35,7
Sırbistan	32,8	30,8	30,6	30,7	31,5	32,4	30,1	30,1	34,2	35,1
Slovakya	28,6	29,1	32,7	31,5	30,9	30,9	30,3	29,8	33,6	32,6
Slovenya	38,9	30,4	29,9	27,9	27,8	34,3	30,6	30,4	33,3	34,5
Türkiye	13,0	28,6	28,1	28,9	31,2	31,2	29,1	31,0	32,6	31,8
Yunanistan	22,1	22,2	25,7	27,8	24,8	24,7	29,9	30,4	30,5	28,4

Kaynak: ILO verilerinden derlenmiştir.

Tablo 5 verilerine göre 2011 yılında üst ve orta yönetici pozisyonundaki kadın oranının yüksek olduğu ilk üç ülke Letonya (%44,3), Fransa (%39,1) ve İzlanda(%39,1)'dir. Son sırada bulunan ülkeler ise Yunanistan(%23,3), İtalya(%21,6) ve Türkiye(%11)'dir. 2020 yılına gelindiğinde ilk üç sırada gelen ülkeler Litvanya(%46,2), İsviçre(%43,1) ve Bulgaristan (%42,4) olarak sıralanmaktadır. Son sırada olan ülkeler ise İtalya(%23), İngiltere(%19,3), Türkiye (%18,2) ve Letonya(17,4)'dir. Tablo 5 verilerine göre İngiltere'de orta ve üst düzey yönetici temsil oranında 2011 yılına göre 2020 yılında düşüş yaşanırken Türkiye'de 2011 yılına göre 2020 yılında orta ve düzey yönetici temsil oranında artış gerçekleşmiştir. Avrupa ülkelerinde 2011-2020 yılları arası üst yönetici pozisyonundaki kadınların oranı Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo 6: Seçilmiş Avrupa Ülkelerinde Üst Yönetici Pozisyonundaki Kadınların Oranı (%)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Almanya	30,3	28,6	28,9	29,0	29,3	29,3	29,2	29,4	29,4	28,9
Avusturya	27,5	30,1	29,3	30,3	29,7	31,8	31,8	31,6	33,2	32,8
Belçika	29,9	32,4	31,4	31,7	32,6	32,7	33,5	33,9	32,7	34,5
Bosna Hersek	21,4	24,2	22,8	24,1	22,0	21,6	20,3	25,9	24,3	25,1
Bulgaristan	36,7	36,4	36,5	36,7	36,5	37,9	39,2	38,6	39,0	41,3
Çekya	25,5	26,0	27,0	27,6	29,2	25,3	24,5	26,4	26,8	27,8
Danimarka	27,8	28,4	26,7	26,0	26,3	27,5	26,3	26,1	26,8	27,9
Estonya	35,4	31,8	33,4	32,6	30,7	36,2	38,5	36,1	37,2	37,4
Finlandiya	32,0	29,7	29,6	33,7	33,3	34,1	31,3	31,8	36,9	37,5
Fransa	39,3	39,3	36,0	32,7	31,7	32,9	33,4	34,4	34,7	35,5
Hırvatistan	23,9	26,1	24,4	23,2	26,7	29,9	29,1	30,0	26,4	28,4
Hollanda	29,3	28,8	24,6	25,5	26,0	25,4	26,6	25,7	27,1	26,2
İngiltere	34,6	34,4	33,9	35,3	35,4	36,0	36,1	36,3	36,8	-
İrlanda	33,8	33,2	33,3	33,7	34,6	36,2	36,2	36,0	35,3	36,3
İspanya	29,9	30,2	30,8	30,9	31,4	31,2	30,6	32,1	33,2	35,0
İsveç	34,5	35,5	35,4	37,1	39,5	39,3	38,9	38,1	40,3	42,3
İsviçre	30,5	30,5	29,5	31,3	33,0	33,0	30,8	32,1	33,5	33,1
İtalya	25,1	26,0	27,0	26,6	26,6	27,7	27,5	27,0	27,8	27,3
İzlanda	39,8	39,9	37,6	37,2	38,2	34,2	32,4	41,5	41,9	38,6
Karadağ	30,5	26,8	25,4	26,7	22,3	29,4	22,1	28,8	35,8	32,1
Letonya	45,5	45,8	43,8	44,1	44,3	47,2	46,3	44,9	45,8	46,9
Litvanya	39,1	38,9	39,6	38,6	39,6	39,4	39,3	39,2	39,2	37,9

Macaristan	40,4	38,9	40,8	39,8	40,5	39,4	39,4	38,6	38,9	39,2
Norveç	31,4	32,2	32,9	35,5	36,0	37,9	38,3	35,6	34,5	34,0
Polonya	38,0	37,8	37,8	38,8	40,2	41,2	41,2	42,5	43,1	43,3
Portekiz	33,4	35,2	33,8	35,1	32,6	35,9	34,3	34,0	37,2	35,7
Romanya	30,8	31,1	31,2	31,7	31,5	33,6	30,4	31,6	33,6	35,0
Sırbistan	32,8	29,1	31,5	29,8	28,6	29,4	30,7	31,3	32,7	31,5
Slovakya	31,4	33,1	32,3	31,4	31,4	35,1	32,5	32,1	33,7	35,5
Slovenya	38,4	39,0	37,0	37,5	37,4	40,8	41,2	38,5	40,1	40,1
Türkiye	11,0	12,1	14,4	13,4	13,2	15,1	15,0	14,8	16,2	18,2
Yunanistan	23,3	25,5	28,3	28,1	25,2	24,9	29,5	27,2	28,4	29,3

Kaynak: ILO verilerinden derlenmiştir.

Tablo 6 verilerinden de görüldüğü gibi Avrupa ülkelerinde 2011 yılında üst yönetici pozisyonundaki kadın oranlarının en yüksek olduğu ilk üç ülke Letonya, Macaristan ve İzlanda'dır. Son sırada yer alan ülkeler ise Yunanistan, Bosna-Hersek ve Türkiye'dir. 2020 yılına gelindiğinde ilk üç ülke Letonya, Polonya ve İsveç iken son sıralarda yer alan ülkeler Hollanda, Bosna-Hersek ve Türkiye'dir. 2011 ve 2020 yılları kıyaslandığında ilk sıradaki Letonya ile son sıradaki Türkiye'nin sıralamadaki yerinin değişmediği görülmektedir.

Cam tavan kadınların yönetici olmaları yolundaki engeller olarak ifade edilmektedir. Yönetici oranlarının yüksek olması cam tavanın kırıldığının bir göstergesi iken düşük olması ise cam tavanın varlığını göstermesi açısından önem taşımaktadır. Seçilmiş Avrupa ülkelerinde kamu sektöründe kadın yönetici oranları aşağıda Tablo 7'de verilmektedir.

Tablo 7: Avrupa Ülkelerinde Kamu Sektöründe Kadın Yönetici Oranları (%)

	2003	2005	2010	2015	2020	2021	2022
Almanya	9,6	7,8	15,7	22,2	30,5	30,2	30,9
Avusturya	11,1	9,9	29,9	35,4	39	40,5	41,8
Belçika	13,8	7,5	12,5	12,7	22,4	25,3	25,7
Bulgaristan	35,9	39	48	52,4	54,4	59,5	55,5
Çekya	*	12,5	28	30,8	31,7	28,3	29
Danimarka	17,5	13,8	23,1	24,8	30	26,4	30,3
Estonya	24,7	20,8	42,9	48,8	49,5	48,5	51,7
Finlandiya	12,7	20	25,9	43,8	55,5	56,3	52,3
Fransa	29,1	12,2	29,9	29,8	30,7	31,1	31,1
Hırvatistan	*	*	34	45,9	57,1	57,6	59,2

Hollanda	15,6	15,9	25,7	30,8	38,3	39,9	41,4
İngiltere	20,6	25	25	33,1	34,8	34,8	34,8
İrlanda	10,8	12,4	16,4	26,2	33,1	33,3	39,7
İspanya	12,4	26,1	34,2	30,1	42,9	43,1	48,5
İsveç	38,2	41,9	43,6	50	49,7	48,9	51,7
İtalya	24,4	15,6	27,3	31,5	37,9	32,1	35,5
İzlanda	33,3	26,2	39,1	41,2	42,1	50	47,6
Letonya	37,3	40,2	46,7	49,1	54,1	55	51,6
Litvanya	*	19	48,3	48,4	48,8	52,2	53,7
Lüksemburg	20,3	20,8	14,3	30	25,8	28,1	23,3
Macaristan	17,9	16,9	26,7	19	18,3	18,7	21,3
Makedonya	*	*	33,3	46,4	42,5	42,7	45,9
Malta	*	10,8	25,8	35,8	43,1	44,6	45
Norveç	29,3	31	35,3	33,6	34,7	39,7	41,4
Polonya	*	29,1	38,8	40,4	45,2	45,2	44
Portekiz	25,6	18	38,1	42,6	50,5	50,8	53,3
Romanya	44,4	34,7	30,8	51,7	54,3	53,9	50,2
Sırbistan	*	*	36,1	37,2	38,5	45,1	45,9
Slovakya	32,4	28	53,3	42	47,2	49,8	47
Slovenya	43,3	33,3	54	58,1	57,3	57,1	60,1
Türkiye	*	0	3	3,4	17,7	17,7	17,6
Yunanistan	25	21,2	43	48,7	53,8	56,4	57,9

Kaynak: Avrupa Cinsiyet Eşitsizliği Enstitüsü verilerinden derlenmiştir.

Tablo 7 verilerinden de görüldüğü gibi Avrupa'da 2022 yılında kamu sektöründe en yüksek kadın yönetici oranına sahip ülke Slovenya'dır. Bulgaristan ve Litvanya yüksek kadın yönetici oranına sahip diğer ülkelerdir. Türkiye'de kamu sektöründe kadın yönetici oranı (%17,6) diğer Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında çok düşük seviyelerde kalmaktadır.

Cinsiyete dayalı bir ayrımcılığın ortadan kaldırılabilmesi için öncelikle karar alma süreçlerinde kadın temsilinin artması gerekmektedir. Karar alma süreçlerinde kadın temsilinin artması için de parlamentolarda kadın temsilinin artmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Kadın parlamenter sayısının artırılması için ülkeler kimi zaman yasalarla kimi zaman da siyasi partilerin geliştirdiği kota yöntemi gibi yöntemleri kullanılmaktadır. Parti içi demokrasinin etkin işlemediği, aday ve sıralama belirleme yetkisinin erkeklerde olduğu bir yapıda eşitlikçi bir sonucun olmasını beklemek kolay olmayacaktır. Ancak en azından oransal bir artışın sağlanabilmesine yönelik bu tür uygulamalar kadınların

temsillerinde artış sağlayabilecektir. Aşağıda Tablo 8’de seçilmiş Avrupa ülkelerinde parlamentolardada kadın temsiline yönelik uygulama modelleri yer almaktadır.

Tablo 8. Seçilmiş Avrupa Ülkelerinde Parlamentolarda Kadın Temsiline Yönelik Düzenlemeler

Yasal Ve Siyasi Parti Kotası Uygulayan Ülkeler	Sadece Yasal Kota Uygulayan Ülkeler		Sadece Siyasi Partilerin Kota Uyguladığı Ülkeler		Yasal Ve Siyasi Parti Kotası Uygulamayan Ülkeler
Hırvatistan	Arnavutluk	Belçika	Avusturya	Çekya	Bulgaristan
İrlanda	Bosna Hersek	Fransa	Estonya	Almanya	Finlandiya
Karadağ	Yunanistan	İtalya	İzlanda	Litvanya	Macaristan
Norveç	Polonya	Portekiz	Lüksemburg	İsveç	Letonya
Slovenya	Sırbistan	İspanya	İsviçre	Türkiye	Malta
			İngiltere		Hollanda
					Slovakya

Kaynak: <https://www.politico.eu>

Tablo 8 verilerine göre Avrupa’da beş ülkede parlamentoda kadın temsilini arttırmaya yönelik hem yasal düzenlemeler bulunmakta hem de siyasi partiler kadın kotası uygulamaktadır. Parlamentolarda kadın temsiline arttırmak için sadece yasalarla kota uygulayan on ülke bulunmaktadır. Yasal düzenleme olmamakla birlikte sadece siyasi partilerin kota uyguladığı ülkeler Türkiye ile birlikte on bir tanedir. Parlamentoda kadın temsilini, arttırmaya yönelik gerek yasal düzenleme gerekse de siyasi parti kotasının bulunmadığı ülke sayısı ise yedidir. Tablo 8 genel olarak değerlendirildiğinde ülkelerin karar alma süreçlerinde kadın temsil oranının artırılmasına yönelik bir çaba içerisinde oldukları söylenebilir.

Ülkelerin yönetimlerinde ve karar alma süreçlerinde belirleyici güç parlamentolarda bulunmaktadır. Erkek egemen ülkelerde erkeklerin parlamentolardaki temsili daha yüksek oranda bulunmakta buna karşılık kadınların temsili ise daha sınırlı kalmaktadır. Avrupa ülkelerinde parlamentolarda kadın temsiline yönelik çabaların artırılması amacıyla Tablo 9 oluşturulmuştur.

Tablo 9. Seçilmiş Avrupa Ülkelerinde Kadın Parlamenter Oranları (%)

Ülkeler	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Kadın Parlamento Başkanı
Almanya	60		22,2	22,2	33,3	55,6	50
Arnavutluk		11,1	12,5	20	20	50	100
Avusturya	33,3		33,3	50	33,3	33,3	50
Belçika	55		42,9	43,5	45,8	45,8	50
Bosna Hersek		16,7	16,7	16,7	16,7	16,7	
Bulgaristan	33,3		40	33,3	71,4	42,9	
Çekya	12,9		19,4	16,1	12,9	25	50
Danimarka	20		20	60	60	60	
Finlandiya	36,8		55	50	50	52,6	
Fransa	38,3		37,5	39,6	43,8	47,9	50
Güney Kıbrıs	25		25	25	25	25	
Hırvatistan	0		16,7	0	16,7	16,7	
Hollanda	41,7		41,7	50	33,3	36,4	50
İngiltere	43,5		39,1	40,9	31,8	30,4	
İrlanda	23,1		23,1	14,3	6,3	6,3	
İspanya	50		43,8	43,8	37,5	37,5	50
İsveç	25		75	75	75	75	
İtalya	33,3		36,1	36,1	31,6	32,4	
İzlanda		28,6	22,2	22,2	33,3	71,4	
Karadağ		0	9,1	9,1	9,1	30	100
Kosova		33,3	33,3	33,3	16,7	16,7	
Letonya	40		80	80	80	80	100
Litvanya	50		44,4	37,5	25	25	100
Lüksemburg	18,2		30,8	46,2	46,2	46,2	
Macaristan	16,7		25	12,5	12,5	25	
Norveç		33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	100
Polonya	27,3		36,4	45,5	45,5	45,5	50
Portekiz	30,8		30,8	46,2	46,2	54,5	
Romanya	11,5		23,1	12,5	13,6	8,7	
Sırbistan		28,6	36,8	36,8	13,3	14,3	
Slovakya	20		20	-	-	-	
Slovenya	7,7		11,8	17,6	16,7	30,8	
Türkiye		19	19	14,3	14,3	14,3	
Yunanistan	5,3		15,8	22,2	22,2	22,2	

Kaynak: Avrupa Cinsiyet Eşitsizliği Enstitüsü verilerinden derlenmiştir.

Tablo 9 verilerinden görüldüğü gibi 2017-2018 döneminde en düşük kadın parlamenter temsil oranı Yunanistan'da iken en yüksek temsil oranı % 60 ile Almanya'dadır. 2022 yılında ise en yüksek kadın temsil oranı % 80'le Letonya'ya aittir. İzlanda (%71,4) ve Danimarka'da da (% 60) kadın parlamenter temsil oranı kadınlar lehinedir. Avrupa geneline bakıldığında kadın temsil oranının Türkiye'ye göre daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Türkiye'de 2017-2018 döneminde parlamentoda kadın temsil oranı % 19 seviyesinde olmasına karşılık, 2022 yılında bu oran yaklaşık % 14'ler seviyesine düşmüştür. Avrupa'da kadın parlamento başkanı oranı yaklaşık % 33'ler seviyesindedir. Parlamento başkanlığı konusunda Avrupa'da bir cam tavanın varlığından söz edilebilir. Türkiye'de ise kadın parlamento başkanı görev yapmamıştır.

Parlamenter sistemlerde ülke yönetimlerinde belirleyici görev başbakanlar tarafından yerine getirilmektedir. Kadın başbakan sayısının fazlalığı ülkelerde cam tavanın daha az olduğunun buna karşılık azlığı ise cam tavanın varlığını işaret etmektedir. Avrupa ülkelerinde 2005-2022 döneminde görev yapan kadın başbakan oranları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 10: Avrupa Ülkelerinde Kadın Başbakan Oranları (%)

	2005	2010	2015	2020	2021	2022
Almanya	0	100	100	100	100	0
Danimarka	0	0	0	100	100	100
Estonya	0	0	0	0	100	100
Finlandiya	0	100	0	100	100	100
Fransa	0	0	0	0	0	100
Hırvatistan		100	0	0	0	0
İzlanda	0	100	0	100	100	100
İtalya	0	0	0	0	0	100
Litvanya	0	0	0	0	100	100
Norveç	0	0	100	100	0	0
Polonya	0	0	100	0	0	0
Sırbistan		0	0	100	100	100
Slovakya	0	100	0	0	0	0

Kaynak: Avrupa Cinsiyet Eşitsizliği Enstitüsü verilerinden derlenmiştir.

Tablo verilerinden de görüldüğü gibi, 2015-2022 döneminde Avrupa ülkelerinde başbakanlık yapan kadınların temsil oranı çok düşük seviyededir. Bu dönemde sadece on üç ülkede kadınlar başbakanlık makamında kendilerine yer bulabilmişlerdir. Türkiye'de kadın başbakan ise sadece 1993-1996 döneminde (Tansu Çiller) görev yapmıştır.

SONUÇ

Cam tavan engeli tüm dünyada kadınların yüksek ya da düşük fark etmeksizin karşılaştıkları önemli sorunların başında gelmektedir. Avrupa kıtasında yaşayan kadınlar genel olarak diğer kıtalarda yaşayan kadınlara nazaran daha eşitlikçi bir ortamda hayatlarını idame ettirmektedirler. Yine cam tavan açısından da diğer bölgelere göre daha az ayrımcılığa tabi tutulmaktadır.

Buna karşılık kamu sektörü istihdamı açısından cam tavan ele alındığında genel anlamdaki bu tablonun farklılaştığı görülmektedir. Kadınların kamu sektöründe istihdamı Avrupa genelinde toplam istihdama kıyasla yüksek düzeydedir. Ancak konu orta ve üst yönetimde temsile geldiğinde bu oran düşmektedir. Kimi ülkelerde bu oran % 10'lar seviyelerine kadar inmektedir. Aynı durum üst yönetimde görev alan kadınlar için de geçerlidir. Türkiye bu anlamda Avrupa'da en düşük üst yönetici kadın oranına sahip ülke konumundadır.

Parlamentoda temsil edilen kadın oranları, üst yönetici pozisyonundaki kadınlara nazaran daha yüksek olsa da bu alanda da kadınlar erkeklere göre daha düşük oranda kendilerine temsil şansı bulabilmektedirler. Yine kadın başbakan oranları da Avrupa'da genel olarak düşük seviyelerdedir. Avrupa ülkelerinin önemli bir kısmında son dönemde kadın başbakan görev yapmamıştır. Avrupa'da pek çok ülkede kadın parlamenter sayısının artırılmasına yönelik yasal düzenlemeler ve siyasal parti kota uygulamaları bulunmaktadır. Kadın parlamenter oranının artmasına yönelik bu uygulamalar, temsilde cinsiyet eşitliğinin sağlanması yolunda en azından iyi niyetli olarak nitelendirilebilecek faaliyetlerdir.

Cam tavan engelini hala önemli bir sorun olarak devam etmesinin temelinde güven eksikliği duygusu, başarısızlık korkusu, cesaret eksikliği, aile yükümlülükleri gibi önemli faktörler bulunmaktadır. Bu sorunlarla mücadele edilebilmesi amacıyla özellikle mentorlük uygulamalarına ihtiyaç bulunmaktadır. Kendilerine rehber olabilecek kişilerle çalışmak kadınların güven eksikliği, başarısızlık duygusunun giderilebilmesi ve cesaret eksikliğini giderme yolunda büyük önem taşımaktadır. Yine kadınlara yönelik sanal ofislerin oluşturulması, esnek çalışma modellerinin geliştirilmesi, esnek çalışma saatleriyle aile yükümlülükleri azaltılabilir. Genel anlamda devletin resmi mentörlük faaliyetlerinin var olması, bu sorunu daha kurumsal olarak çözebilecektir.

Cam tavan algısının en azından azaltılmasında konunun paydaşlarına önemli görevler düşmektedir. Özellikle devletin bu negatif ayrımcılığa yönelik doğrudan "kadın dostu politikalar" üretmesi gerekmektedir. Cam tavanın daha az hissedildiği İskandinav ülkelerinde kadınlara yönelik sosyal refah devleti

uygulamaları çok fazladır. Bu anlamda devletin bu kapsamdaki faaliyetlerine olan ihtiyaç bulunmaktadır.

Örgüt yönetimlerinde çeşitlilik beraberinde karar verme süreçlerinin daha rasyonel sonuçlar elde edebilmesi için önem taşımaktadır. Sadece erkeklerden oluşan bir homojen karar alma süreci gerekli başarıya zamanında ve kısa sürede ulaşamayacaktır. Bu anlamda kadın ve erkek bakış açıları karar alma süreçlerine eklenmelidir. Bunun yanı sıra örgütlerin kendi iç terfi sistemlerinin yeniden gözden geçirmesi bu anlamda kadınların kariyerlerinin geliştirilmesinin örgüt performansını artırdığı gerçeğinin unutulmaması gerekmektedir.

Cam tavanla mücadele bir kültür değişimiyle birlikte başarıya ulaşabilecektir. Bu anlamda kadınların kendilerini diğer erkek çalışanlarla eşit çalışan olduklarına dair kültürel algılarının güçlendirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Aşık, N. A. (2014). Konaklama İşletmelerinde Cam Tavan Sendromu, Kavramsal Bir Değerlendirme, Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 9, ss. 84-103.
- Bilkay, T. A., (2017). Çalışan Kadınların Kariyer Engelleri Ve Cam Tavan Sendromu Algılamalarının İş Motivasyonlarına Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Sağlık Bakanlığı Merkez Teşkilatı Örneği, Gazi Üniversitesi, SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Bouronikos, V., (2021). Is There a Glass Ceiling for Women in Europe? A European Report 2021, <https://ied.eu/blog/glass-ceiling-women-europe-european-report-2021/> (Erişim Tarihi: 15.02.2023).
- Bozdoğan, A. C., (2020). Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Bağlılığa Olan Etkisi Ve Bir Uygulama, Harran Üniversitesi, SBE, İşletme ABD, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Şanlıurfa.
- Çakal, B. (2019). The Glass Ceiling Syndrome, <http://culturalrelations.org/the-glass-ceiling-syndrome> (Erişim Tarihi: 02.03.2023).
- Durrah, O.; Chaudhary, M.; Gharib, M.; (2019). Organizational Cynicism and Its Impact on Organizational Pride in Industrial Organizations, International Journal of Environmental Research and Public Health, Vol: 16, pp. 1-16. https://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/indicator/wmidm_pol_parl_burcom_wmid_parlbur/datatable# (Erişim Tarihi: 10.02.2023).
- <https://www.economist.com/graphic-detail/2015/03/05/the-glass-ceiling-index> (Erişim Tarihi: 10.02.2023).
- <https://www.economistgroup.com/group-news/the-economist/women-are-still-not-having-it-all-according-to-the-economists-2022-glass> (Erişim Tarihi: 03.03.2022).
- https://www.ilo.org/ilostat-files/Documents/Excel/INDICATOR/SDG_0552_NOC_RT_A_EN.xlsx (Erişim Tarihi: 15.02.2023).
- https://www.ilo.org/ilostat-files/Documents/Excel/INDICATOR/SDG_T552_NOC_RT_A_EN.xlsx (Erişim Tarihi: 15.02.2023).
- <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/1c258f55-en.pdf> (Erişim Tarihi: 15.03.2022).
- <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/fee3c285en/index.html?itemId=/content/component/fee3c285-en> (Erişim Tarihi: 15.02.2023).

- <https://www.politico.eu/article/gender-representation-europe-women-workplace-glass-ceiling-report/> (Erişim Tarihi: 15.02.2023).
- İpçioğlu, İ.; Eğilmez, Ö.; Şen, H., (2018). Cam Tavan Sendromu: İnsan Kaynakları Yöneticileri Bağlamında Bir Araştırma, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 25, ss.686-709.
- Levis, J. J., (2019). <https://www.thoughtco.com/glass-ceiling-for-women-definition-3530823> (Erişim Tarihi: 10.09.2021).
- Macarie, F. and Moldovan, O., (2014). The Glass Ceiling in the Public Sector: A Case Study Regarding Romanian Elected and Appointed Officials, Managerial Challenges of the Contemporary Society, Vol. 7, No. 2, pp. 10-16.
- Örücü, E.; Akgül, Görkem (2019). Örgütlerde Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Güven Üzerine Etkisi: Lojistik Hizmet Sağlayıcılarına Yönelik Bir Araştırma, Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(2), ss. 183-201.
- Şen, H., (2017). Cam Tavan Sendromuna Yol Açan Faktörler Ve Çıkış Yollarının İncelenmesi: İnsan Kaynakları Yöneticileri Bağlamında Bir Araştırma, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bilecik.
- Taskina, A.; Nasrin, A., (2021). The Effect of Glass Ceiling on Women Advancement: A Case Study of Financial Institutions in Bangladesh, Economics and Business Quarterly Reviews, Vol.4 (4), pp. 56-63.
- Telli, B., (2020). Katılım Bankalarında Çalışan Kadın Personellerin Cam Tavan Algılarının Belirlenmesi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Toprak, B. (2022). Sağlık Kurumlarında Kadın Çalışanların Cam Tavan Algı Düzeylerinin İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde İş Stresinin Aracı Rolü, Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Yanmaz, K., (2019). Lojistik İşletmelerinde Cam Tavan Sendromu Ve İş Motivasyonu: Mersin İli Örneği, Tarsus Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Tarsus.
- Yaşar, J. (2019). Kadın Çalışanların Cam Tavan Sendromu Algılarının İş Tatminlerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Sağlık Sektöründe Bir Araştırma, Kocaeli Üniversitesi, SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.
- Yolcu, N., (2021). Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Güven Ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Edirne İli Örneği, Kırıkkale Üniversitesi, SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale.

2. Bölüm

Yeni Keynesyen İktisat Teorisi, Rakip Teorilerle Karşılaştırılması ve Değerlendirmeler*

Ahmet Gökçe AKPOLAT¹

*Yazarın, "Enerji Şoklarının Türkiyede Makro-ekonomik Değişkenler Üzerindeki Etkileri: Yeni Keynesyen Dinamik Stokastik Genel Denge Modeli Uygulaması" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

¹ Assistant Prof.Dr., Kütahya Dumlupınar University , Kütahya Faculty of Applied Sciences, Department of Banking and Finance, ahmet.akpolat@dpu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-7149-6339>

GİRİŞ

Keynes'in 1936 yılında yazmış olduğu “ İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi” makroiktisadın gelişiminde önemli bir milat kabul edilir. Özellikle 2. Dünya savaşı sonrası gelişmiş ekonomilerin 1973 petrol krizine kadar yaşamış oldukları ‘altın çağ’ önemli ölçüde Keynesyen politikaların eseri kabul edilmektedir. Ancak, 1973 ve 1979 yıllarında OPEC (Petrol İhraç Eden Ülkeler Teşkilatı) ülkelerinin petrol arzını kısımları ve fiyatlarını yükseltmeleri sonucu ortaya çıkan stagflasyon olgusu ve o zamana kadar hakim olan Keynesyen iktisadi düşüncenin bu şoklar karşısında çare üretmemesi yeni arayışları beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte Keynesyen iktisadi düşüncenin stagflasyon olgusu karşısında çareler üretmemesi Yeni Klasik iktisatçılar tarafından fazlaca eleştirilmesine yol açmış ve bu eleştirilere cevap olarak 1980’li yılların başından itibaren Yeni Keynesyen iktisat akımı doğmuştur. Yeni Keynesyen iktisadi düşünce, Yeni Klasik iktisadın benimsediği rasyonel beklentiler teorisini kabul etmesinin yanında Ortodoks Keynesyen iktisatta önceden beri var olan reel ve nominal katılıkların mikroiktisadi temellere dayanarak modellenmesini sağlayarak Keynesyen iktisadi düşünceyi revize etmiş ve günümüzde dahi özellikle politikaların analizi konusunda kabul gören bir yaklaşım haline gelmiştir.

Bu çalışmanın amacı; Yeni Keynesyen iktisat teorisinin temel varsayımları, kendisine rakip teorilerle karşılaştırılması, ortodoks Keynesyen iktisadın eksikliklerine karşı ortaya koyduğu yenilikler detaylı biçimde anlatmaktır. Çalışmanın bir sonraki bölümünde Yeni Keynesyen ve klasik ekole bağlı teorilerin karşılaştırılmıştır. 2. Bölümde ise Ortodoks Keynesyen iktisadın eksik yönlerine karşı Yeni Keynesyen iktisadın ortaya koyduğu yeniliklerde anlatılmıştır. 3. bölümde, Yeni Keynesyen iktisadın temel varsayımlarına detaylı biçimde yer verilmiştir. Son bölümde ise sonuç ve değerlendirmeler yer almaktadır.

1. YENİ KEYNESYEN İKTİSAT TEORİSİ VE KLASİK EKOLE BAĞLI TEORİLER

İktisat literatürü incelendiğinde bir makroekonomik modelin bir önceki modelin eksikliklerine karşı bir tepki olarak doğduğu görülmektedir. Yeni Keynesyen iktisat modeli de Yeni Klasik modelin varsayımlarına bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. İki yaklaşımın paylaştığı temel nokta ekonomik birimlerin rasyonel beklentilere bağlı hareket ettikleri varsayımdır (Bari, 2013). Muth (1961) tarafından geliştirilmiş olan rasyonel beklentiler teorisi Yeni Klasik ve Yeni Keynesyen iktisatçılarca ortak benimsenmiş bir kuramdır. Bu yaklaşıma göre ekonomik birimler sistematik hata yapmazlar ve monetarist

iktisatta adaptif beklentiler yaklaşımından farklı olarak sadece geçmiş bilgileri değil, geçmişte ve bugünde hazır bulunan bütün bilgileri kullanırlar. Adaptif beklentiler yaklaşımına göre geleceğe dair beklentiler geçmişte olanların bir ortalaması iken, rasyonel beklentiler yaklaşımına göre ise bir değişkenin gelecekteki beklenen değeri o değişkene geçmiş ve şimdiki bilgilerin kullanılmasıyla yapılan en iyi tahmine eşittir. Bireyler en iyi bilgiye sahip oldukları halde en iyi tahmini yapmasalar veyahut mevcut değişkenle ilgili bazı bilgilere sahip olmasalar dahi yaptıkları seçimin rasyonel olmadığı anlamına gelmez (Yalta, 2011). Yeni Keynesyen modelin Yeni Klasik modelden ayrıldığı en temel noktalardan bir tanesi çeşitli piyasa başarısızlıklarının varlığıdır. Yeni Keynesyen iktisada göre piyasalarda eksik rekabet mevcuttur. Bundan dolayı firmaların ve bireylerin kendi fiyat ve ücretlerini belirleyecek belirli bir güçleri bulunmaktadır. Dolayısıyla Yeni Klasik iktisadın aksine ekonomik birimler fiyat alıcı değil fiyat yapıcıdır. Yeni Keynesyen iktisadın diğer bir ayrılan özelliği ise fiyat ve ücret yapışkanlıklarıdır. Bu yaklaşıma göre fiyatlar ve ücretler gelişen ekonomik olaylar karşısında hemen intibak etmez, tedrici bir şekilde fiyat ve ücretler yeni duruma uyum sağlarlar. Nominal katılıkların¹ bir sonucu olarak kısa dönemde nominal faiz oranları beklenen enflasyona birebir intibak etmez. Bunun sonucunda reel faizler kısa dönemde değişkenlik gösterir. Bu durum bazı reel değişkenlerde değişimlere neden olur (Bergholt, 2012). Reel faizlerin değişkenlik göstermesi yatırımlarda, çıktı ve istihdamda değişimlere neden olmaktadır. Bu özellik paranın Yeni Keynesyen teoriye kısa dönemde nötr olmadığını göstermektedir.

Ekonomik dalgalanmalar konusunda Yeni Keynesyen İktisat ile Reel İş Çevrimi (Real Business Cycle Theory, RBC) teorisinin görüşleri ön plana çıkan görüşler olarak karşımıza çıkmaktadır. RBC teorisine göre ekonomide daralmalar ve genişlemeler ekonominin teknolojik durumundaki yükselmeler ve alçalmalara karşı ekonominin tepkisi olarak ortaya çıkan doğal hadiselerdir.² Ekonomide durgunluk(recession) dönemleri aslında çok vahim hadiseler değildir ve gelecekte gözlemlenecek olan genişleme dönemlerinden önce meydana gelen doğal yavaşlamalardır (slowdowns). Saf RBC teorisi ekonominin arz ve talep cephesinin tam ve rekabetçi şekilde çalıştığını kabul eder. Bundan yapılacak bir çıkarım ise hükümetin ne maliye ne de para politikası yoluyla piyasaya müdahale etmemesi gerekliliğidir. Yeni Keynesyen

1 Yapışkanlıkla yakın anlamda kullanılıyor

2 Burada teknoloji kelimesi geniş anlamıyla tanımlanmaktadır. Solow artışı teknoloji için en sık kullanılan terimdir. Bilindiği gibi Solow artışı ekonomide büyümenin üretim faktörlerinin miktarıyla değil niteliği ile açıklanan kısmı olarak tanımlanmaktadır.

iktisada göre ekonominin kendi doğasında var olan piyasa başarısızlıkları ekonomik dalgalanmaları özellikle potansiyel GSYH'nın altında geçen GSYH dönemlerini etkilemektedir. Bundan yapılacak politika çıkarımı ise hükümetin makroekonomik koşulları düzeltebilmek adına müdahalede bulunmasıdır (Chugh, 2014).

Yeni Keynesyen iktisat teorisi rakibi olan RBC ve Yeni Klasik teorileri ile iki konuda görüş birliğindedir. 1) İyi bir makroekonomik teori mikro prensiplere bağlı kalmalıdır. 2) Makroiktisadi davranışın anlaşılması bir genel denge modeli ile olabilir. Bu ikinci maddede ise asıl farklılık ortaya çıkmaktadır. Çünkü yeni klasik teori ve RBC teorileri tam rekabet, tam bilgi, işlem maliyetlerinin yokluğu gibi aksaklık öngörmeyen varsayımlara dayalı basit modeller üzerine kuruludur. Yeni Keynesyen iktisada göre ise gerçek iktisadi dünya aksaklıklarla doludur ve modern Keynesyenler problemin kaynağı olarak bu aksaklıkları görmektedir. (Greenwald ve Stiglitz, 1993). Bu aksaklıklar ise eksik bilgi, eksik rekabet, işlem maliyetleri gibi ekonomik dünyanın gerçekleridir. Greenwald ve Stiglitz'e (1993) göre bu eksiklikleri oyunun dışında bırakmak Hamlet'i oyun dışında bırakmaya benzer.

Yeni Keynesyen iktisat modeli, Yeni Klasik teori ve RBC teorileri göre göre politika etkilerinin analizi için daha kullanışlı bir modeldir. Çünkü yukarıda da belirtildiği gibi Yeni Klasik teori ve RBC teorisi hükümet müdahalesine karşı çıkmakta ve piyasanın kendiliğinden dengeye gelebileceği varsayımına dayanmaktadırlar. Ekonominin reel cephesine odaklanıp nominal katılıkların ve hükümetin reel ekonomi üzerindeki etkisini önemsememektedirler. Yeni Keynesyen teori ise politika etkilerine ve nominal katılıklara önem vermekte ve bunların reel etkileri olduğunu savunmaktadır. Ekonominin üretim, istihdam, işsizlik, büyüme gibi değişkenlerinin bu faktörlerden etkilendiğini ifade etmektedir.

2. KEYNESYEN İKTİSADIN EKSİKLİKLERİNE KARŞI YENİ KEYNESYEN İKTİSAT

1929 büyük bunalımı Adam Smith'den o zamana kadar benimsenmiş bulunan klasik iktisadi düşünceye olan inancı büyük ölçüde sarsmıştır. O zamana kadar ekonomide paranın önemsizliğini, her arzın kendi talebini yarattığını, ekonominin genel olarak tam istihdamda bulunduğunu ve hükümetin para ve maliye politikaları yoluyla ekonomiye müdahalesinin ekonomiye fayda değil zarar getireceğini ifade eden klasik iktisat okulu 1929 büyük bunalımının sebepleri ve bunalımdan çıkış yollarını ortaya koymak konusunda oldukça yetersiz kalmıştır. 1933 yılı itibarıyla ABD 'de işsizliğin % 25 seviyesine ulaşması yeni bir paradigma arayışına olan ihtiyacı çok net ortaya koymaktaydı.

John Maynard Keynes'in 1936 yılında yayımlanmış olduğu "İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi" adlı kitabı ile klasik iktisat okulunun bu temel önermelerindeki yanlışlığı ortaya koyarak iktisat teorisinde devrim niteliğinde bir dönüşüme imza attı. Keynes (1936) o zamana kadar benimsenmiş olan klasik iktisadın ispat edilmeye gerek duymadan doğru olarak benimsediği önermelerin (postülaların) sadece özel durumlarda uygulanabilir olduğunu belirtmişti. Ayrıca, klasik iktisadın her zaman için geçerli olduğunu iddia ederek benimsemiş olduğu özel durumun (tam istihdam durumu) karakteristik açıdan içinde yaşadığımız dünyanın iktisadi gerçekleriyle örtüşmediğini ve klasik iktisat öğretisinin tecrübeye dayalı gerçeklermiş gibi benimsenip uygulanmasının ekonomiyi felakete götüreceğini ifade ediyordu (Keynes, 1936). Öte yandan, Keynes'in genel teorisinin yayımlanmasını takip eden tarihlerde Hicks (1937), Modigliani (1944), Hansen (1949), Samuelson (1955) gibi iktisatçılar tarafından neoklasik iktisadın mikroekonomik temelleri, Keynes'in makroekonomik yaklaşımı ile bir arada harmanlanarak analizlere dahil edilip Neoklasik-Keynesyen sentez veyahut ortodoks keynesyen okul ortaya çıkarmıştır. Çoğu zaman Keynesyen iktisat okulu olarak ifade edilen ortodoks Keynesyen okulun önerdiği teori ve politikalar ikinci dünya savaşının sonundan petrol şoklarına kadarki dönemde özellikle gelişmiş batı ekonomileri üzerinde ekonominin restorasyon ve genişleme sürecinde önemli rol oynamıştır. Ancak 1973 ve 1979 yıllarında meydana gelen iki petrol şoku o zamana kadar benimsenmiş olan Phillips eğrisine dayalı ters yönlü enflasyon-işsizlik ilişkisinin her zaman için geçerli olmadığını ortaya koymuştur. İşsizlik ve durgunlukla beraber enflasyon demek olan "stagflasyon" olgusu, ekonomide arz yönlü krizler olan petrol şokları neticesinde ortaya çıkmış ve o zamana kadar ekonominin arz cephesine gereken önemi vermeyen Keynesyen iktisadın yetersizliğini ortaya koymuştur.

Keynesyen iktisadın 1970'li yıllarda meydana gelen arz şoklarına karşı yeterli cevap üretememesi sonucu yeni klasik ve monetarist iktisadi okulun öncüleri tarafından eleştirilmesi yine bu yıllarda Keynesyen iktisadın inandırıcılığını büyük ölçüde yitirmesine sebep oldu. Keynesyen teorisinin arz yönünün zayıf olup toplam talep yönü ile daha çok ilgilenmesi bu eleştirilere kuvvet vermektedir. Hatta Blinder (1988) 1980 yılı itibarıyla Keynesyen düşünceye sahip genç kuşak bir iktisatçının bulunmasının çok zor olduğunu belirtmişti. Ball vd. (1988) ise 1980'lerin başlarında Keynesyen iktisadın yaşadığı sıkıntının yeni ekonomik olaylara cevap üretememesi değil, bizzat Keynesyen teorisinin kendisinde bulunan eksiklikten kaynaklandığını ifade ettiler. Teori çıktındaki dalgalanmaların nominal toplam talepteki dalgalanmalardan ortaya çıktığını ve bu reel etkinin ise nominal ücret ve fiyat

katılığında ötürü meydana geldiğini belirtmesine rağmen bu katılıklara dair gerekli mikro temeller ortaya koyamamıştı (Ball vd.,1988). Keynesyen iktisadın nominal katılıkların oluşumuyla ilgili teorik temellendirmede bulunamaması en temel eksiklerinden biriydi. Örneğin; eğer piyasada fiyat katılığı bulunuyorsa, yüksek kar elde etmek isteyen firmaların fiyatları düşürememesinin ve karını artıramayışının sebebi nedir? Bu gibi sorulara Keynesyen iktisat yeterli cevabı verememiştir (Greenwald ve Stiglitz, 1987). Lucas ve Sargent (1978) Keynesyen iktisadın piyasa temizlenmesinin olmadığını varsayan yeterli mikro temellere sahip olmaması ve maksimizasyon davranışını rasyonel beklentiler hipotezine göre değil adaptif beklentilere dayandırması gibi iki temel nedenden ötürü onarılamaz nitelikte olduğunu ifade ettiler. Hatta Lucas (1980) Keynesyen iktisadın ölümünü iddia ediyordu. Buna karşın, Snowdon ve Vane (2005:359) bu iddianın çok erken ortaya atıldığını ve Gordon (1990) ise Keynesyen iktisadın ölümü söylentisinin fazlaca abartıldığını söylediler. Nitekim, Stanley Fischer (1977) ve Phelps ve Taylor (1977) ve bunlardan sonra gelen birçok iktisatçı Keynesyen geleneğe bağlı olarak ücret ve fiyat yapışkanlıklarının mikroekonomik temellerini ortaya koymaya başladılar (Gordon,1990). Özellikle 1980'lerin başlarından itibaren Keynesyen iktisadın eksiklerini gidererek tekrardan canlandırmaya çalışan birçok çalışmalar yapılmıştır (Barro 1980, Blinder 1986, Blinder 1988, Gordon 1990, Ball vd. 1988, Mankiw 1989, Mankiw 1992, Crabtree ve Thirlwall 1993). Parkin (1982) yeni Keynesyen terimini kullanan ilk iktisatçı olarak bu çalışmaların Ortodoks Keynesyen modellerden farklı olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmalar Keynesyen iktisada getirilen eleştiriler dikkate alınarak yapılmıştır.

1980'li yılların başından itibaren dolayı yeni Keynesyen iktisat literatürüne yukarıda bahsedilen birçok çalışıma ile iktisatçıların katkıda bulunması sonucu Mankiw ve Romer (1991) yeni Keynesyen iktisat okulunun diğer okullardan farkını şu iki temel soruyu sorarak ortaya koydular:

- i) Teori klasik dikotomiye ihlal ediyor mu? Yani para yanlı mı?
- ii) Teori ekonomide meydana gelen reel piyasa aksaklıklarının ekonomik dalgalanmaları anlamada önemi olduğunu varsayıyor mu?

Bu iki soruya birden evet cevabını veren tek iktisat okulu yeni Keynesyen iktisat okuludur. Paranın yansızlığı yapışkan fiyatlardan kaynaklanmaktadır ve piyasa aksaklıkları fiyatların bu davranışını açıklamaktadır. Mankiw ve Romer (1991) buna dayanarak yeni Keynesyen iktisadi diğer makroiktisat okullarından ayıran reel ve nominal aksaklıkların karşılıklı etkileşimi olduğunu ifade

etmişlerdir. Öte yandan ilk geliştirilen RBC modelleri ise bu iki soruya da negatif karşılık vermişlerdir.

Yeni Keynesyen iktisat okulunu savunan iktisatçıların para politikasının etkinliği konusunda genel olarak bir görüş birliği halinde olduklarını söylemek mümkündür. Ancak, ortodoks Keynesyen iktisat okulunun aksine maliye politikasının etkinliği konusunda oldukça heterojen bir grup olan yeni Keynesyen iktisatçılar görüş birliği içinde değildirler. Öte yandan gerek Keynes'in teorisine göre gerekse ortodoks Keynesyen iktisat okuluna göre ekonominin eksik istihdam dengesinden kurtulması konusunda maliye politikaları etkin birer araç olarak kullanılabilir. Ortodoks Keynesyen iktisat okuluna göre maliye politikaları bir müdahale aracı olarak para politikalarından daha etkindir ve ekonomiye öncelikli müdahale aracı maliye politikaları olması gerekir. Yeni Keynesyen iktisat okuluna göre ise öncelikli müdahale aracı olarak maliye politikası önermesi günümüz iktisadı açısından geçerliliğini yitirmiştir.

Yeni Keynesyen iktisatçıların Ortodoks Keynesyen iktisatçılar ile üç konuda ortak görüşlere sahip olduğunu söylemek mümkündür (Greenwald ve Stiglitz, 1993):

- i) Cari ücret seviyesi ve geleceğe dair ücret ve fiyat beklentileri veri iken bazı (sıklıkla da uzun süren) dönemler boyunca emek arzı fazlası, yani işsizlik mevcuttur.
- ii) İster kapasite kullanımı, ister GSYH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla), ister işsizlik ile ölçülmüş olsun toplam ekonomik faaliyet önemli ölçüde dalgalı bir seyir izlemektedir. Bu dalgalanmalar teknoloji, zevk ve tercihler ve demografideki kısa dönem değişimlerle açıklanamayacak kadar büyüktür ve bu değişimlerden farklılık arz etmektedir.
- iii) 1929 büyük bunalımı gibi bazı dönemlerde para politikası etkisiz olmasına rağmen, çoğu zaman para önemlidir, yani nötr değildir.

Yeni Keynesyen teori, Ortodoks Keynesyen teorisinin açıklaması çok zor gözükken birkaç önemli olguyu açıklayabilmesi bakımından büyük öneme sahiptir (Greenwald ve Stiglitz, 1987):

- i) Resesyon dönemlerinde firmaların neden fiyatları düşürmediğini diğer bir deyişle mark-up fiyatlamalardaki konjontürel hareketleri açıklar.
- ii) Yatırım ve stokların konjontürel davranışı ile ilgili uygun bir açıklama yapar.
- iii) Çalışmayan işçilerin kendileri düşük ücret teklif ettikleri halde neden çalışmayı başaramadıklarını, hatta etkin ücret hipotezinin geçerli olmadığı endüstrilerde gelecekte yüksek ücret alacakları kendilerine söz

verildiği halde şu an neden düşük ücretle çalışmayı kendilerinin teklif etmediklerini açıklar.

- iv) Beklenmedik bir ücret-fiyat düşüşünün resesyonu hafifletmek yerine neden şiddetlendirebileceğini açıklar.

Kısaca ifade etmek gerekirse, yeni Keynesyen iktisat okulu ortodoks Keynesyen iktisat okulunun zayıf olan mikroekonomik temellerini güçlendirerek ücret ve fiyat katılıklarının mikro temellerini ortaya koymuştur. Ayrıca Ortodoks Keynesyen teorinin benimsediği adaptif beklentiler varsayımını terk ederek üretici ve tüketicilerin kar ve fayda maksimizasyon davranışlarını daha tutarlı bir hipotez olan rasyonel beklentiler hipotezine dayandırmıştır. Bunlarla birlikte Ortodoks Keynesyen teorinin zayıf bıraktığı ekonominin arz cephesini de dikkate alınarak Keynesyen teorinin eksikleri tamamlanmıştır.

3. YENİ KEYNESYEN İKTİSADIN TEMEL VARSAYIMLARI

3.1 Nominal ve Reel Katılıklar Ayrımı

Yeni Keynesyen iktisat okulu ekonomideki piyasa başarısızlığının ve konjonktürel dalgalanmaların ana kaynağı olarak nominal ve reel katılıkları görmektedir. Nominal ve reel katılıklar ekonominin tam istihdam dengesine ulaşmasını engelledikleri için aktivist politikaların kullanılması yoluyla ekonominin eksik istihdam dengesinden tam istihdam dengesine doğru hareketlenmesi mümkündür. Nominal katılıklar ekonomide nominal ücret veya fiyatlardaki değişimlerin reel etkileri olduğunu ifade etmektedir. Reel katılıklar ise ekonominin neden tam istihdam seviyesinde değil eksik istihdam seviyesinde dengede kaldığını ifade etmektedir.

3.2 Nominal Katılıklar

Nominal katılıklar fiyat ve ücret katılığı olarak ayrı ayrı ifade edilebilir. Nominal katılıklar ekonomide meydana gelen bir şok sonrası nominal ücret ve fiyatların yavaş ayarlanması sorunu olarak ifade edilmektedir. Ortodoks Keynesyen iktisat okulunda nominal katılıklara ve makroekonomik etkilerine değinilmiş olmakla birlikte bunların mikro temelleri üzerinde durulmamıştır. Yeni Keynesyen iktisat ise ücret ve fiyat yapışkanlıkları anlamına gelen nominal katılıkları mikroekonomik açıdan temellendirmişlerdir. Bu nominal katılıklar üretim ve istihdam gibi reel değişkenler üzerinde etkilere sahip olabildikleri için makro iktisadi açıdan önem arz etmektedir. Yeni Klasik iktisadın aksine yeni Keynesyen iktisat okulu para politikasının nominal

katılıkların neden olduğu iktisadi tıkanıkların giderilmesinde yol açıcı bir rol oynayabileceği düşüncesini benimsemiştir.

Yeni Klasik iktisat emek piyasası da dahil bütün piyasalar için Walrasgil müzayedeci anlayışına dayalı esnek fiyatlı modeli benimserken, Yeni Keynesyen iktisat bu konuda Hicksgil bir ayrıma girerler. Bu ayrıma göre piyasalar esnek fiyatlı ve sabit fiyatlı olarak ikiye ayrılır. Esnek fiyatlı piyasalar büyük çoğunlukla finansal piyasalar ile emtia (commodity) piyasalarını ifade ederken, sabit fiyatlı piyasalar ise emek piyasası ve mal piyasalarının geniş bir kesimini ifade etmektedir. Sabit fiyatlı piyasalarda fiyat belirlenmesi bir norm iken ücret ve fiyat ataleti bir realite olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni Keynesyen modeller paranın yanlılığını ortaya koyarken fiyatların ve ücretlerin bir toplam talep bozukluğu oluştuğunda piyasanın hemen temizlendiği seviyeye gelebilmesinin önünde sıkıntılar olduğu varsayımına dayanmaktadır. Keynesyen modeller piyasa ekonomilerinin tam istihdam dengesinden uzaklaşmalarına açıklama getirebilmek için emek piyasası ve nominal ücret yapışkanlığına yoğunlaşmaktadırlar (Snowdon ve Vane, 2005:366).

Yeni Keynesyen modellere göre ekonomi eksik istihdam seviyesinde iken meydana gelen toplam talep şokları fiyatlar katı olduğu için reel etkilere ve konjonktürel dalgalanmalara sebep olur. Öte yandan ekonomi tam istihdam seviyesinde iken (ki bu durum Keynesyen modellere göre istisnai bir durumdur) meydana gelen bir toplam talep şoku tam istihdam durumundaki miktar katılığından ötürü fiyatlar üzerinde bir etkiye sebep olacak ve reel etkiler doğurmayacaktır (Bocutoğlu, 2012:332).

Yeni Keynesyen teoride, klasik teorilerin aksine eksik rekabet geçerlidir. Eksik rekabet piyasalarında firmaların fiyatları kendi belirleme gücü bulunmaktadır. Bu durumda firmalar fiyat düzeylerini tam rekabet piyasasının fiyat düzeyinin üzerinde belirlemektedirler. Dolayısıyla kendileri açısından etkin olan bir fiyat düzeyi, ekonominin çoğunluğunda eksik rekabet bulunduğu için toplumsal açıdan bir refah kaybına yol açmaktadır. Ekonominin doğasında nominal katılıkların bulunması ise eksik rekabetin neden olduğu refah kaybını daha da artırmaktadır. Çünkü nominal katılıklardan dolayı bir talep şoku sonrası reel üretim ve istihdam doğal seviyesine (aktivist politikalar uygulanmadığı takdirde) gelememektedir.

3.2.1 Nominal Katılıkların Sebepleri

Modern neoklasik ve geleneksel Keynesyen konjonktür teorileri arasındaki teorik tartışmalarının temelinde fiyatlama mekanizması yatmaktadır. Neoklasik modellerde fiyatlar tamamen esnektir. Bu modeller iktisadi karar birimlerinin sürekli olarak optimizasyon yaptıklarını ve arz ve talebin ise sürekli kesiştiğini

ve ekonominin sürekli dengeye geldiğini varsayarlar. Keynesyen modellerde ise fiyatlar genellikle yapışkan varsayılır. Bu modellerde ise bütün piyasaların bütün zamanlar için kendiliğinden dengeye gelmesini gerektirecek bir neden yoktur. İşte bu noktada Keynesyen iktisadın yeniden canlanmasının ve Yeni Keynesyen iktisadın ortaya çıkmasının sebeplerinden bir tanesi, Keynesyen teoride teorik açıdan temellendirilmemiş bulunan fiyat yapışkanlığının yeni Keynesyen teorisyenlerce mikroiktisadi bir temele oturtulup makroiktisadi teoriye dahil edilmesidir. (Mankiw, 1985). Burada fiyatlardan kasıt sadece mal fiyatları değildir. Emegın fiyatı anlamına gelen ücretler de fiyatlar sınıfına dahildir. Yeni Keynesyen teoride nominal ücret ve fiyat yapışkanlıkları nominal katılıklar olarak da ifade edilmektedir.

Ekonomide meydana gelen nominal katılıkların çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Yeni Keynesyen iktisat literatürü nominal katılıkların yani ücret ve fiyat yapışkanlıklarının sebeplerini açıklaması ile nominal ücretleri sabit varsayıp bunu mikroekonomik açıdan temellendirmeyen Ortodoks Keynesyen iktisattan ayrılmaktadır. Nominal katılıkların sebepleri menü (katalog) maliyetleri ve toplam talep dışsallıkları, koordinasyon yetersizlikleri, fiyatların karışık ayarlanması ve uzun dönemli sözleşmeler olarak ifade edilebilir.

3.2.1.1 Menü Maliyetleri ve Toplam Talep Dışsallıkları

Ekonomide meydana gelen bir talep şoku sonrasında bu durumun nominal fiyatlara yansımaları beklenir. Ancak ekonomide menü maliyetlerinin varlığı nominal fiyatların ayarlanmasını geciktirebilmektedir. Ekonomide bulunan bu menü maliyetleri yeni katalogların basımı ve satış elemanlarına fiyatların bildirilmesini ihtiva etmektedir. Menü maliyetlerinin küçük olması nominal katılıkları menü maliyetlerine dayandıran yeni Keynesyen modellerin teorik temellerinin zayıf olduğu düşüncesini verebilir, ancak bu düşünce yanlıştır. Çünkü menü maliyetlerinin küçük olması, etkilerinin de küçük olmasını gerektirmez ve bu maliyetlerin iktisadi dalgalanmaların anlaşılmasında merkezi bir rol oynadığı gerçeğini gölgelemez (Mankiw, 1985). Ekonomide menü maliyetleri bulunduğu için, eğer nominal talepteki değişim çok yüksek bir değişim değilse firmalar yeni fiyatlarını ilan edecekleri katalog maliyetlerinden kaçınırlar. Bu durum ekonominin genelinde geçerli olursa çıktı ve istihdamda dalgalanmalara sebep olabilmektedir. Örneğin; nominal talepte para arzında meydana gelen bir daralma sonucu firmalar menü maliyetlerinden kaçınıp fiyatlarını düşürmedikleri takdirde reel para balanslarında bir azalma olacak ve LM eğrisi sola kayacaktır. Bu takdirde çıktı ve istihdamda bir azalış ve faizlerde bir artış meydana gelir. Çünkü azalan reel para balansları sonucunda halkın

tahvil talebi ve fiyatları azalır, faizler artar. Faizlerdeki artış ise yatırım, üretim ve istihdamda bir daralma meydana getirmektedir.

Menü maliyetleri ekonomide toplam talep dışsallıklarına neden olduğu için çıktıda dalgalanmalara sebep olabilmektedir. Örneğin; bir firma fiyatını düşürdüğünde bu durumda ekonomideki ortalama fiyat seviyesi az da olsa düşecek ve hanehalkının reel geliri artacaktır. Hanehalklarının reel gelirindeki artış sayesinde fiyatı düşüren firmanın yararına bir talep artışı olduğu gibi fiyatlarını düşürmeyen firmaların da taleplerinde bir artış olacaktır. Bu şekilde bir firmanın fiyat ayarlamasının başka diğer firmaların taleplerinde meydana getirdiği etkiye toplam talep dışsallıkları denmektedir. Toplam talep dışsallıkları durumunda bir firmanın fiyatını düşürdüğünde diğer firmaların da bu olumlu dışsallıktan yararlanması arzu edilen bir durumdur. Ancak, piyasada etkin bir firma menü maliyetlerine katlanmak istemediği için fiyatını düşürmezse bu sefer kendisi dışındaki diğer firmaların olumlu toplam talep dışsallığından faydalanmasını engellemiş olacaktır. Bu durum ise eksik rekabet piyasasında fiyat yapışkanlığı olması durumunda, firma açısından fiyatlama kararı optimal bile olsa ekonominin bütünü açısından fiyat yapışkanlığının arzu edilmeyen bir şey olduğunu ortaya koymaktadır.

Daha önceden belirtildiği gibi yeni Keynesyen iktisadi modeller eksik rekabet varsayımı üzerine kuruludur ve bu durumun ekonominin genelinde cari olduğu varsayılmaktadır. Çoğunlukla güncel hayatta en çok rastlanılan piyasa türü olan monopolcü rekabet varsayımı üzerine analizler yapılmaktadır. Eksik rekabet varsayımının en önemli sonuçlarından biri ise firmaların belirli ölçüde fiyatları etkileme gücü olmasıdır. Bu bakımdan analizlerde monopolcü rekabet çoğunlukla varsayıldığı halde monopol veya oligopol piyasa varsayımlarında da bulunulabilmektedir. Mankiw (1985) yaptığı çalışmasında monopol bir piyasada menü maliyetlerinin makroekonomik etkilerini teorik olarak analiz etmiştir. Mankiw (1985) çalışmasında meydana gelen bir toplam talep şokunun monopol firmasının optimal altında bir fiyat belirlemesine neden olurken, toplumsal refah kaybının firmanın katlanmak zorunda olduğu menü maliyetinden çok daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Mankiw (1985)'in ulaştığı sonuçlardan birine göre ise ekonomi toplam talebin daralma ve genişleme dönemlerinde asimetric sonuçlar vermektedir: Toplam talebin genişlemesi durumunda yüksek bir fiyat ayarlaması gerçekleşirken daralma döneminde ise daha az fiyat ayarlaması gerçekleşmektedir. Bu sonuca göre ekonomide fiyatlar aşağı yönlü katı iken yukarı yönlü katı değildir. Mankiw'e (1985) göre fiyatları etkileme gücü olan firmaların bulunduğu hemen hemen bütün modellerde, bu gücü firmalar üretim miktarını belirleyebilmek için kullanmaktadır. Bu durumda ekonomideki denge düzeyi veya doğal oranı

toplumsal açıdan optimum düzeyin altında olmaktadır. Bundan dolayı doğal oranın altındaki sapmalar topluma fiyat ayarlaması yapabilen firmalara kıyasla daha fazla maliyet yüklemektedir. Mankiw'e (1985) göre böyle bir ekonomide dışsal olarak meydana gelen talep şokları karşısında aktif bir para politikası takip edilmelidir. Aksi takdirde bu dışsal talep şoklarına karşı para politikası tepki vermezse, bu şoklar çıktı ve istihdamda önemli dalgalanmalara neden olabilir. Firmalar meydana gelen bu ters talep şoklarına çok az tepki verecekleri için otoritelerin temel hedefi fiyatlama mekanizmasını düzenlemek olmalıdır. Örneğin ücret ve fiyat kontrolleri ve vergi temelli gelirler politikası uygulanarak ekonomiyi müdahale edilebilir.

3.2.1.2 Koordinasyon Yetersizlikleri

Yeni Keynesyen iktisadın öne çıkardığı piyasa başarısızlıklarından biri de koordinasyon yetersizlikleridir. Yeni Keynesyen iktisada göre koordinasyon yetersizlikleri makroekonomideki temel problemlerden biridir. Koordinasyon yetersizlikleri, ekonomide yapılması istenen ücret ve/veya fiyat ayarlamalarının koordinasyonu kısıtlayan bazı engellerden ötürü tam olarak yapılamamasını ifade etmektedir. Nominal katılıkların önemli sebeplerinden biri olarak gösterilen koordinasyon yetersizlikleri yaklaşımına göre ekonomide ücret veya fiyatların koordineli bir biçimde ayarlanmasının önünde bir takım engeller bulunmaktadır. Nominal talepteki bir değişim karşısında, herhangi bir bireysel iktisadi birimin (örneğin tek bir firma) talepteki değişim ile birebir aynı oranda fiyat değişikliğine gitmesi ancak diğer bütün iktisadi karar birimlerinin aynı şekilde fiyat değişikliği yapacağına inanması halinde mümkündür. Bu yapılabilsede dahi şüphesiz bütün birimlerin fiyat değişikliği kararını vermesi belli bir süre gecikmeye neden olacaktır (Gordon,1990). Bu durum bir örnekle açıklanabilir: Ekonomide merkez bankasının faiz oranlarını düşürme kararı sonrası kredi maliyetlerindeki azalma toplam talepte bir artışa neden olacaktır. Nominal toplam talepteki bu artış sonucu fiyatların ve fiyatlar genel düzeyinin yükselmesi beklenir. Ekonomide fiyatların genel olarak yükseliş trendine göre eğer bir firma hareket ederek kendisine rakip olan diğer firmalardan önce fiyat artırımına giderse müşterilerini diğer firmalara kaptırma tehlikesi ortaya çıkacaktır. Eğer bütün firmalar aynı anda ve aynı oranda fiyat artırımını gerçekleştirebilselerdi yeni klasik iktisadın öngördüğü gibi yeni bir dengeye hızlı geçilebilirdi. Ancak ekonomide çok fazla firma bulunması sonucu fiyat artışları koordine edilemeyeceğinden ötürü, firmalar kendi ürünlerine olan talep artışına tepki olarak öncelikle üretimlerini sonrasında fiyatlarını yavaş yavaş artırırlar (Yıldırım vd., 2010:294). Koordinasyon yetersizliğinden ötürü fiyat

ayarlamasında yaşanan bu gecikme reel çıktıyı kısa dönemde etkilediği için istihdamı da etkiler ve konjonktürel dalgalanmaya sebep olur.

Yeni Keynesyen literatüre koordinasyon yetersizliklerinin ekonomide dalgalanmalara sebep olacağı yaklaşımını getiren çalışmayı ilk olarak Cooper ve John (1988) yapmışlardır. Cooper ve John (1988) eksik istihdamı açıklamak amacıyla yapılan ancak Keynesyen modellerin klasik varsayımlarına dayanmayan literatürdeki bazı çalışmaların (Bryant, 1983; Diamond, 1982; Hart, 1982; Weitzman, 1982) o zamana kadar anlaşılamayan benzerliklerinin bulunduğunu ifade etmişlerdir. Yazarlar bu çalışmaların en önemli müşterek unsurlarını modellerin farklı yönlerinden izole ederek analiz edilebilmelerini sağlayacak bir genel çerçeve oluşturmuşlar ve modellerin birbirleriyle ilişkilerini açıklamışlardır. Modellerin en önemli müşterek unsurlarını izole ettiklerinde ise modellerin Keynesyen sonuçlar ürettiğini ifade etmişlerdir. Yazarlar oluşturdukları bu genel çerçevenin koordinasyon bozukluklarının nedenlerini kavramada önemli olduğu belirtmişlerdir. Cooper ve John (1988) çalışmalarında iki kavramı öne çıkarmışlardır: 1) Yayılma (spillover), 2) stratejik tamamlayıcılıklar. Yani stratejik tamamlayıcılıklar strateji seviyesindeki etkileşimleri ifade ederken, yayılmalar ise ödül ve ceza ile ilgili iktisadi birimler arasındaki etkileşimleri ifade etmektedir. Yayılma bir iktisadi birimin verdiği kararın ödülünü veya cezasını (payoff) diğer iktisadi birimlerin stratejilerinin etkilemesi olarak tanımlanmaktadır. Yani ekonomide bir oyuncunun stratejisi diğerlerinin ödül veya cezasını etkiliyorsa yayılma etkileri ortaya çıkmış demektir. Stratejik tamamlayıcılıklar ise bir iktisadi birimin ekonomik açıdan optimal eylemlerinin diğer birimlerin eylemleri ile ilişkili olduğu anlamına gelmektedir. Stratejik tamamlayıcılıklar ekonomide çoklu dengeye neden olmaktadır. Bundan dolayı ekonomide daha üstün bir denge düzeyi olabileceken ekonomi eksik istihdam dengesinde stabil kalabilmektedir (Ball ve Romer, 1991). Cooper ve John (1988) sonuç olarak stratejik tamamlayıcılıklar ve yayılmalarının ikisinin birlikte koordinasyon yetersizliklerini ürettiğini göstermişlerdir. Ball ve Romer (1991) o tarihe kadar koordinasyon yetersizlikleri ve nominal katılıkların birbirlerine rakip paradigmlar olarak görüldüklerini, bunun aslında yanlış bir yaklaşım olduğunu ileri sürdüler. Menü maliyetleri yaklaşımına dayalı nominal katılıklar ve koordinasyon yetersizlikleri yaklaşımlarının aslında birbirlerini tamamlayan mikro temeller olduklarını vurguladılar. Yazarlara göre nominal fiyat katılığı firmaların fiyat değişimlerini koordine edememelerinden kaynaklanmaktadır. Bir firmanın fiyatlarını esnek şekilde ayarlaması diğer firmaların da (stratejik tamamlayıcılık ilişkisi gereği) esnek şekilde fiyat ayarlamasına gitmeleri için bir motivasyon oluşturmaktadır. Ball ve Romer (1991) yaptıkları analiz,

hükümetin işgücü sözleşmelerinin süreleri üzerine kısıt koyması gerektiği argümanını güçlendirdiğini ifade etmişlerdir. Ball ve Romer'e (1991) göre hükümetin işgücü ve iş dünyasının liderlerini ücret ayarlaması hususunda bir araya getirmesi koordinasyon yetersizlerini önlemeyi yardımcı olur. Ayrıca, ABD başkanı Nixon dönemindeki ücret-fiyat kontrolleri gibi geçici düzenlemeler nominal katılıkların derecesini değiştirerek ekonomiyi başka bir denge düzeyine taşıyabilir. Ball ve Romer (1991) eğer ücret ve fiyat ayarlamasına dayalı koordinasyonu gerçekleştirebilmek zor görünüyorsa aktif para politikasının kullanılabileceğini de ifade etmişlerdir.

3.2.1.3 Fiyatların Karışık Ayarlanması

Günümüz ekonomilerinde talepteki keskin daralmalar uzun yıllar sürebildiği halde, fiyatların sabit kaldığı dönemler çok daha kısa sürmektedir. Dolayısıyla görece kısa süren fiyat katılıklarının neden olduğu uzun süren talep daralmalarına yeterli bir izah getirebilmek gerekmektedir. Fiyatların karışık ayarlanması yaklaşımı bize bu noktada önemli bir açıklama sunmaktadır. Fiyatların karışık ayarlanması, farklı firmaların farklı zamanlarda fiyat değişikliğine gitmesinden ötürü ekonominin toplam talebin optimal seviyeye gelmesinin uzun sürdüğünü ve bu zaman aralığında ise ekonomide konjonktürel dalgalanmalar olabileceğini ortaya koymaktadır. Fiyatların karışık ayarlanmasından dolayı meydana gelen fiyat seviyesi ataleti (price level inertia) nominal şokların geniş ve uzun süren reel etkileri olmasına neden olmaktadır. Bu durum bireysel olarak firmaların fiyatları sık değiştiği halde bile yaşanmaktadır (Ball vd., 1988).

Ball vd. (1988) fiyatların karışık ayarlanması ile ilgili olarak şöyle bir örnek vermektedirler: Ekonomide bütün firmaların her ayın 1'inde fiyat ayarlaması yaptıklarını varsayalım. Merkez bankası o ayın 10'unda para arzında bir azalışa gittiğinde firmalar gelecek ayın 1'ine kadar fiyat ayarlaması yapmadan beklerler. Bu sırada ise ekonomide kısa süreli bir resesyon oluşur. Gelecek ayın 1'i geldiğinde bütün firmalar fiyat düşüşünü bir anda yaparlar ve ekonomide reel çıktı eski düzeyine gelerek resesyon sona ermiş olur. Eğer ekonomide firmaların yarısı ayın 15'inde yarısı da ayın 1'inde fiyat ayarlaması yapıyor olsalar bu takdirde ekonomide meydana gelecek resesyon önceki örneğe göre çok daha uzun sürecektir. Örneğin; merkez bankası ayın 10'unda para arzında bir daralmaya gitmiş olsun. Firmaların yarısı buna tepki olarak ayın 15'inde bir fiyat azalışına gideceklerdir. Ancak bu fiyat düşüşü para arzındaki daralmadan oransal olarak daha az olacaktır. Çünkü ekonomideki diğer firmalar fiyatlarını henüz değiştirmedikleri için fiyatlarını erken değiştirecek olan bu firmaların görece fiyatlarında da bir düşüş yaşanmış olacaktır. Firmalar ise görece

fiyatlarındaki bu düşüşü arzu etmezler. Bundan ötürü fiyatlarında az bir düşüşe giderler. Ayın 1'inde fiyat değişimine giden firmalar ise ayın 15'inde fiyatlarını az düşüren firmalara bakarak onlar da fiyatlarında az bir miktar düşüşe giderler. Böylelikle her ayın 1'i ve 15'inde azar azar yapılan fiyat ayarlaması ekonominin denge istihdam seviyesine gelmesini geciktirir, bu da resesyona sebep olur.

Mal fiyatlarının karışık ayarlanmasına benzer bir durum ise emeğin fiyatı olan ücretlerin ayarlanmasında da yaşanmaktadır. Günümüz ekonomilerinde bütün iş sözleşmeleri aynı anda yapılmaz ve karışık olarak farklı zamanlarda yapılmaktadır. Ayrıca ücret sözleşmeleri yapılırken firmalar ve sendikalar farklı firmalar tarafından yapılan ve kendi sözleşmeleri süresince cari olan ücret düzeylerine bakarak da ücret ayarlaması yapmaktadır. Ücretlerin karışık ayarlanmasından ötürü bazı firmalar ücret görüşmelerinden önce ücretlerini belirlerken bazıları ise gelecek dönemlerde belirlerler. Böylelikle firmalar ve sendikalar görelî ücretleri belirlerken diğer çalışanlara kendi çalışma süreleri boyunca ne ödendiğini hem geçmiş hem de gelecek zamanı değerlendirerek hareket ederler. Gerçekte her bir sözleşme diğer sözleşmelere göre hazırlanır ve bu ise şokların bir sözleşmeden diğerine geçişine neden olur. Bu bir çeşit sözleşme çarpanı olarak ifade edilebilir (Taylor,1980). Taylor (1980) 1 yıl gibi kısa süreli ve karışık olarak ayarlanan ücret sözleşmelerinin işsizliğinin sürekliliğine neden olduğunu kurduğu modelde göstermiştir. Kurduğu model ise ABD ekonomisinin gerçekleriyle örtüşmüştür. Çünkü, Taylor'a (1980) göre karışık ayarlanan ücretler 2. Dünya Savaşı sonrası gözlemlenen dalgalanmaların önemli bir sebebidir. Bir sözleşme çarpanı en uzun süreli sözleşmeden bile daha uzun bir süre ekonomik dalgalanmaların devamına neden olabilmektedir. Sözleşmeler arasında şokların birbirine geçişi ekonomik dalgalanmaların devamlılığına neden olmaktadır. Taylor (1980) ayrıca sözleşmelerin enflasyon ataletine de neden olduğunu ifade etmiştir.

3.3. Reel Katılıklar

Reel katılıklar toplam talepteki değişimler sonucu ortaya çıkan toplam çıktıdaki değişimler karşısında firmaların karlarını maksimize edici biçimde fiyat düzenlemesine gitmesini engelleyen güçler olarak tanımlanmaktadır. Reel katılıkların firmaların toplam çıktıdaki değişimler karşısında hareket kabiliyetini kısıtlayan etkenler olduğunu söylemek mümkündür.

Reel katılıklar ifadesi belirsiz bir ifade gibi gözükse de reel katılıkların ekonomide çok açık biçimde gözlemlenen bir olgu olduğu söylenebilir. Örneğin; ekonomide bir para arzı artışı sonucunda fiyatlar sabit iken yaşanan toplam talep artışı çıktıda bir artışa neden olacaktır. Bu durumda ekonomide

firmaların hepsinin bir anda fiyat intibakına gitmesi durumunda reel katılıklar söz konusu olmayacaktır. Ancak güncel ekonomik hayatta bütün firmalar aynı anda fiyat değişimine gitmemektedir. Fiyat değişimine gitmek isteyen firmaların sayısı ne kadar az olursa reel katılımın derecesi o kadar yüksek, fiyat değişimi yapmak isteyen firmaların sayısı ne kadar fazla olursa reel katılımın derecesi o kadar düşük olacaktır.

Ball ve Romer (1990) Keynesyen iktisadın temel argümanlarından birinin nominal ücret ve fiyat katılıklarının reel etkileri olması olduğunu belirtmişlerdir. Ball ve Romer (1990) ayrıca Keynesyen iktisatta o tarihe kadar ücret ve fiyat katılıklarının nedenlerini ortaya koyan birçok model geliştirilmiş olmasına rağmen bu modellerin çok temel bir zafiyeti olduğunu ifade etmişlerdir: Bu modeller nominal katılıkları açıklamaktan ziyade reel katılıkları açıklamışlardır. Bu modellere örnek olarak Azariadis (1975) ve Baily'nin (1974) zımni sözleşmeler modeli, Okun (1981)'un müşteri piyasaları modeli, Solow (1979) ve Shapiro ve Stiglitz (1984)'in etkin ücretler modelleri verilebilir. Bu çalışmaların ve daha bir çok çalışmanın ortaya koymak istediği ise reel ücret ve fiyatların makroekonomik değişimlere neden tepkisiz kaldığı idi. Halbuki reel katılıklar, nominal katılıkların varlığını zorunlu kılmamaktadır. Nominal katılıkların oluşumuna neden olan başka bir sebep yok iken, fiyatlar reel katılıkların derecesi ne kadar olursa olsun şoklara tamamen intibak edebilmektedir. Ball ve Romer (1990) bu noktadan hareketle nominal katılıkların reel katılıklar olmadan tam anlamıyla açıklanamayacağını belirtmişlerdir.

3.3.1. Reel Katılıkların Sebepleri

Yeni Keynesyen literatürde reel katılıkların sebepleri ile ilgili bir çok model ortaya konmuştur. Bunlara zımni sözleşmeler modeli, içeridekiler-dışarıdakiler modeli, etkin ücret teorisi, sermaye piyasası aksaklıkları, firmalar arası girdi-çıkıtı bağlantıları örnek olarak verilebilir. Bundan sonraki alt bölümde literatürde öne çıkan ve önemli olduğu düşünülen üç reel katılım sebebine çalışmada yer verilecektir. Bunlar ise sırasıyla eksik rekabet kaynaklı katılım, etkin ücret teorisi ve içeridekiler-dışarıdakiler modelleridir.

3.3.1.1. Eksik Rekabet Kaynaklı Reel Katılım

Eksik rekabetin olduğu piyasalarda reel fiyat katılıkları yaşanabilmektedir. Güncel ekonomik hayatta en çok rastlanan piyasa türü olan monopolcü rekabet piyasasına göre reel fiyat katılımı gösterilebilir (Pindyck ve Rubinfeld, 1998:340; Snowdon ve Vane,2005:379-380).

Rasyonel bir monopolcü rekabet firmasının kar maksimizasyonunu amaçlayan ekonomik davranış sergilediği varsayıldığında marjinal gelirin marjinal maliyete eşit olduğu noktada üretim yapması beklenmektedir. Marjinal gelir şu şekilde gösterilebilir:

$$MR = P + P(1/\eta) \quad (1)$$

P fiyatı gösterirken η ise talebin fiyat esnekliğini göstermektedir. Kar maksimizasyonu kuralı gereğince marjinal gelir marjinal maliyete eşit olmaktadır:

$$MC = P + P(1/\eta) \quad (2)$$

Bu denklem düzenlendiğinde $\frac{P - MC}{P} = -1/\eta$ şeklini alacaktır. Fiyat

marjinal maliyetin üzerinde mark-up eklenmiş $P = MC \frac{1}{1/\eta}$ biçiminde gösterilebilir. Marjinal maliyet, nominal ücretin (W) emeğin marjinal gelirine bölünmesi (MPL) ile elde edilmesinden ibaret olduğu için denklem şu şekli alacaktır:

$$P = \frac{W}{MPL} \left(\frac{1}{1 + 1/\eta} \right) \quad (3)$$

Parantez içindeki ifade mark-up'ı göstermektedir. Mark-up talebin fiyat esnekliği (talep esnekliği negatif olduğu için) ile ters yönlü hareket etmektedir. Bu denklemin gösterdiğine göre fiyat marjinal maliyet düşse bile düşmeyebilir. Çünkü mark-up artışı bu marjinal maliyet düşüşünün fiyat üzerindeki etkisini ortadan kaldıracaktır. Eğer talep esnekliği düşmezse, emeğin marjinal verimliliği emek girdisindeki azalma karşısında güçlü bir şekilde düşmediği durumda fiyatın değişme eğilimi menü maliyetleri varken küçük olacaktır.

3.3.1.2. Etkin Ücret Teorisi

Etkin ücret teorisi iş gücü piyasasında neden reel ücret katılıklarının olduğunu açıklamaya çalışan bir teori olarak Yeni Keynesyen literatürde önemli bir yer tutmaktadır. Etkin ücret teorisi iş gücü piyasasında emek arz fazlası olsa bile arz-talep kanununa muhalif olarak reel ücretlerin düşmediğini ve bu

durumun bir reel ücret katılığı örneği olduğunu ifade etmektedir. Yeni Keynesyen iktisatçılara göre gerçek ekonomik hayatla örtüşen bu durum Keynesyen iktisadın en temel önermelerden biri olan gönülsüz işsizlik olgusuna da ayrıca açıklama getirmektedir. Gönülsüz işsizlik, işgücü piyasasında dengeyi sağlayan reel ücret düzeyinde bile çalışmak isteyip iş bulamayan insanların varlığını ifade etmektedir. Bu şekilde işgücü piyasası tam istihdam dengesine gelememektedir.

Etkin ücret teorisinin temel hipotezi işçilerin verimliliğinin kendilerine ödenen ücretlerin bir fonksiyonu olduğudur. Bu durum doğru kabul edildiğinde, firmalar emek arz fazlası olsa ve üretim maliyetleri yüksek kalsa bile ücretleri düşürme yönünde isteksiz davranacaklardır. Rekabetçi emek piyasasının aksine bu durumda emek piyasasında reel ücret düzeyi arz-talep dengesinde oluşmayacak, diğer deyişle arz-talep kanunu ihlal edilecektir. Reel ücretler ile verimlilik ilişkisi sektörden sektöre değiştiği için benzer yetenek düzeyine sahip işçilerin bile ücretleri sektöre göre farklılık arz edecektir. Bu ise emek piyasasında tek fiyat kanununun ihlali anlamına gelmektedir. (Stiglitz, 1984).

Etkin ücret teorisi basit şekilde formülize edilebilir. Öncelikli olarak, birbiriyle özdeş rekabetçi firmaların bulunduğu bir ekonomi düşünüldüğünde, her bir firmanın aşağıdaki üretim fonksiyonuna sahip olduğu varsayılmaktadır:

$$Q = AF[e(w)L], \quad e'(w) > 0 \quad (4)$$

Burada Q firmanın üretim çıktısını, A verimlilik faktörünü, e ise işçi başına eforu, w reel ücreti ve L ise emek girdisini göstermektedir. İşçinin eforunun reel ücretin artan bir fonksiyonu olduğu ve bütün işçilerin basitlik adına özdeş olduğu varsayılmaktadır. Firmalar karlarını aşağıdaki basit kar fonksiyonunda gösterildiği şekilde maksimize etmek istemektedirler:

$$\pi = AF[e(w)L] - wL \quad (5)$$

Kar denkleminde işçinin eforu reel ücrete bağlı bir fonksiyon olarak gösterildiği için maksimum işçi verimini sağlayacak düzeyde oluşan reel ücretlerde bir düşüş firmanın karını azaltacaktır. Eğer firma istediği sayıda işçiyi teklif ettiği ücret düzeyinde çalıştırabilirse, karını maksimize edebilecektir. Karını maksimize ettiği düzeyde işçi eforunun reel ücrete göre esnekliği 1'e eşit olacak, ayrıca firma marjinal ürününün etkin ücrete eşit olduğu düzeye kadar işçi kiralayabilecektir (Snowdon ve Vane, 2005:385-386).

3.3.1.3. İçeridekiler-Dışarıdakiler Modeli

İçeridekiler-dışarıdakiler modeli iş gücü piyasasında neden reel ücret katılıklarının var olduğunu ve mevcut reel ücret düzeyinin altında çalışmayı kabul eden işçilerin yani 'dışarıdakilerin' varlığında bile gönülsüz işsizlik olgusunun olabileceğini açıklamaya çalışan bir modeldir.

İçeridekiler-dışarıdakiler yaklaşımına göre ücret belirleme konusunda pazarlık gücüne sahip olan ve işbirliği yapan çalışan işçiler yani 'içeridekiler' gönülsüz işsizliğe sebep olmaktadır. İçeridekiler ücret seviyelerini ve işlerini koruyabilmek için, iş bulabilme pahasına düşük ücreti kabul etmeye hazır olan dışarıdakilerle işbirliği yapmak yerine birbirleriyle işbirliği yapmaya daha çok eğilimlidirler. Bu şekilde içeridekiler çalıştıkları firmalara bir ekonomik maliyet yüklerken kendileri ücret belirlenme sürecinde koz olarak kullanabilecekleri bir rant elde etmektedirler. Böylece içeridekiler dışarıdakilerin çalışmaya razı olacağı ücret seviyesinin üzerinde bir ücret belirlenmesi konusunda başarı sağlamaktadırlar. Buna karşın, firmalar yüksek ücret isteyen içeridekileri düşük ücrete razı olan dışarıdakilerle değiştirme veya dışarıdakileri işgücüne dahil etme şansını kaybetmektedirler. Ayrıca, firmalar mevcut yüksek ücretli işçilerini işten çıkarıp yerine düşük ücreti kabul eden yeni işçileri aldıklarında bazı maliyetlere katlanmak zorundadırlar. Bunların en belirgin olanları işten çıkarma, yeniden işçi kiralama ve firmaya özel eğitim faaliyetleridir (Lindbeck ve Snower, 1987). Firmalar işçi çıkarttıkları takdirde tazminat ödeme veyahut haksız işten çıkarma nedeniyle dava edilme gibi yasal ve maddi yükümlülüklere katlanmak durumunda kalabilirler. Yeniden işçi alım sürecinde geçen zamanın neden olduğu iş gücü kaybı ve parasal kayıplara da firmaların katlanmak zorunda olduğu maliyetlerdendir. Yeni işçilerin alımından sonra işçilerin eğitimi için yapılacak masraflar ve eğitim zamanı boyunca işçilerin çalışmayacak olmasından dolayı yaşanacak işgücü kaybı firmaların yüklenmek durumunda kalacağı maliyetlerdendir. Bu sebepler de firmaların reel ücretleri düşürüp daha düşük ücretle çalışmayı kabul eden işçilerle çalışmasını engelleyen sebepler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Lindbeck ve Snower (1987) gönülsüz işsizlerin iş bulma konusunda neden isteksiz oldukları veya neden iş bulamadıklarını iki sebebe bağlayarak açıklamışlardır:

(1) Firmalar yüksek ücretle çalışan işçilerini düşük ücrete razı işsizlerle değiştirmeyi arzu etmeyebilirler. Çünkü, yüksek ücretle çalışmaya devam eden eski işçiler düşük ücretli yeni işçilerle üretim sürecinde müşterek çalışma konusunda ayak diretebilirler.

(2) İşsizler düşük ücret teklif etmeyi arzulamayabilirler. Çünkü, düşük ücret teklif edip bir kısım yüksek ücretli işçiler işten çıkarıldığında geriye kalan

yüksek ücretli işçilerle sosyal ilişkilerinde hoş olmayan durumlarla karşılaşabilirler veya bu işçiler tarafından rahatsız edilebilirler.

Bu iki sebebi birlikte değerlendirdiğimizde işgücü piyasasında eksik istihdamın ve reel ücret katılığının bulunmasına izah getirmeye çalışan içeridekiler-dışarıdakiler teorisinin sosyal ilişkilerden kaynaklanan sebepleri açıklamanın merkezine koyduğu görülmektedir.

4. SONUÇ

Yeni Keynesyen iktisat teorisi günümüz dünyasında politika yapıcılar ve teorisyenler tarafından her yönüyle olmasa da önemli ölçüde kabul gören teorilerden biridir.

Ortodoks Keynesyen okulun 1970'lerde ortaya çıkan petrol şokları ve stagflasyon olgusuna karşı çare üretememesi sonucu Keynesyen ekolün yetersizliğini belirten Yeni Klasik teori ve Reel konjonktür teorileri 1980'lerin başlarında önemli derecede kabul görmekteydiler. Buna karşın Yeni Keynesyen teori ise Ortodoks Keynesyen okulun eksik bıraktığı mikro temelleri ortaya koyarak ve daha başka bazı noktaları cevaplandırarak 1980'lerin ortalarından itibaren kabul görmeye başlamıştır. Günümüze baktığımızda ise klasik ekole temelde bağlı olan Yeni Klasik okul ve RBC teorileri ile Yeni Keynesyen okulun metodolojik olarak oldukça yakınsadığını söylemek mümkündür. Bununla beraber, Yeni Keynesyen okulun klasik ekole bağlı bu iki teoriden farklı olarak piyasa aksaklıklarının hala geçerli olduğunu savunduğunu söyleyebiliriz.

Yeni Keynesyen teori ve diğer ismini saydığımız klasik ekole bağlı teoriler günümüz makroiktisadında ağırlıklı olarak dinamik stokastik genel denge (DSGD) modellerine dayalı çalışmalarla karşımıza çıkmaktadır. Blanchard (2018), modern makroiktisadi modellerin davranışsal iktisat gibi iktisadın farklı alanlarından yararlanarak ve ayrıca mikro-temelli derivasyonlara sıkı sıkıya bağlı kalmak yerine bazı denklemlerin ad-hoc kabul edilmesiyle daha gerçekçi olacağını belirtmiştir. Buna dayanarak, Yeni Keynesyen teoriye dayalı modellerin, piyasa aksaklıkları, nominal ve reel katılıkların modellenmesinin yanısıra, Blanchard (2018)'in bahsettiği bu iki hususu nazara aldıkları takdirde iktisat teorisine daha önemli katkılarda bulunacağı düşünülebilir.

KAYNAKÇA

- AZARIADIS, Costas (1975) *Implicit Contracts and Unemployment Equilibria*, Journal of Political Economy, Vol:83, No.6, pp.1183-1202.
- BAILY, Martin Neil(1974) *Wages and Employment Under Uncertain Demand*, Review of Economic Studies, Vol: 41, No:1, pp. 37-50.
- BALL, Laurence, MANKIW, N. Gregory ve ROMER David (1988) *The new Keynesian economics and the output-inflation trade-off*, Brookings papers on economic activity, 1988(1), 1-82.
- BALL, Laurence ve ROMER, David (1990) Real Rigidities and the Non-neutrality of Money, *Review of Economic. Studies* , Vol:57, pp. 183–203.
- BARİ, Bilgin(2013) *Yeni Keynesyen Modelde Optimum Para Politikası: Türkiye İçin Dinamik Stokastik Genel Denge Modeli Tahmini*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2013
- BERGHOLT, Drago (2012) *Basic New Keynesian Model Lecture notes*, Norwegian BusinessScholl,https://bergholt.weebly.com/uploads/1/1/8/4/11843961/the_basic_new_keynesian_model_-_drago_bergholt.pdf
- BLANCHARD, O. (2018) *On the Future of Macroeconomic Models*, Oxford Review of Economic Policy, Volume 34, Numbers 1–2, 2018, pp. 43–54
- BLINDER, Alan S. (1986), *Keynes after Lucas*, Eastern Economic Journal, Vol.12(3), pp.209-216.
- BLINDER, Alan S. (1988) *The Fall and Rise of Keynesian Economics*, *Economic Record*, Vol 64(4), pp. 278-294.
- BOCUTOĞLU, Ersan (2012), *Karşılaştırmalı Makro İktisat Teoriler ve Politikalar*, 5.Baskı, Trabzon: Murathan Yayınevi.
- CHUGH, S. K. (2014). *New Keynesian Economics*, Chapter 12, pp. 163-186; in *Modern Macroeconomics*, MIT Press
- COOPER, Russell, ve ANDREW, John (1988) *Coordinating Coordination Failures in Keynesian Models*. The Quarterly Journal of Economics, Vol. 103, Issue 3, 1 August 1988, pp. 441–463
- CRABTREE, D. ve THIRLWALL, A. P. (Eds.). (1993). *Keynes and the Role of the State: The Tenth Keynes Seminar Held at the University of Kent at Canterbury, 1991*. St. Martin's Press.
- FISCHER, Stanley (1977) *Long-term Contracts, Rational Expectations, and the Optimal Money Supply Rule*, Journal of Political Economy, Vol:85, No:1, pp.191- 205.
- GORDON, Robert J (1990) *What is New-Keynesian Economics?* Journal of Economic Literature, Vol:28, No:3 (1990), pp. 1115-1171.

- GREENWALD, Bruce ve STIGLITZ, Joseph (1993) *New and Old Keynesians*. The Journal of Economic Perspectives , Vol:7, No:1 (1993), pp. 23-44.
- GREENWALD, Bruce C. ve STIGLITZ, Joseph E (1987) *Keynesian, New Keynesian, and New Classical Economics*, NBER Working Paper 2160
- HANSEN, Alvin H. (1949) *Monetary Theory and Fiscal Policy*. McGraw-Hill Kogakusha, Ltd; London.
- HICKS, J.R. (1937) *Mr. Keynes and the "Classics"; A Suggested Interpretation*, Econometrica, Vol: 5, No: 2 (Apr., 1937), pp. 147-159
- KEYNES, J. M. (1936). *The General Theory of Employment Interest and Money*, Macmillan and Company.
- LINDBECK, A. ve SNOWER D. (1987) *Efficiency Wages versus Insiders And Outsiders*, CEPR Discussion Paper Series, Centre for Economic Policy Research (CEPR), London, No. 133
- LUCAS, R. E. ve SARGENT, T. J.(Eds.).(1981) *Rational expectations and econometric practice* (Vol. 2). U of Minnesota Press.
- MANKIW, N. G. (1989) *Real Business Cycles: A New Keynesian Perspective*, Journal of Economic Perspectives, 3(3), 79-90.
- MANKIW, N. Gregory. (1992) *The Reincarnation of Keynesian Economics*, European Economic Review 36.2-3 559-565.
- MANKIW, N. G., & ROMER, D. (Eds.). (1991). *New Keynesian Economics: Coordination failures and real rigidities* (Vol. 2). MIT press.
- MANKIW, N.G. (1985) *Small Menu Costs and Large Business Cycles: A Macroeconomic Model of Monopoly*. The Quarterly Journal of Economics, 100(2), 529-537.
- MODIGLIANI, F.(1944) *Liquidity Preference and the Theory of Interest and Money*. Econometrica, Journal of the Econometric Society, 45-88.
- MUTH, J.F.(1961) *Rational Expectations and the Theory of Price Movements*. Econometrica: Journal of the Econometric Society, 315-335.
- OKUN, A. (1981). *Prices and Quantities: A Macroeconomic Analysis*. Oxford: Basil Blackwell.
- PHELPS, E. S. ve TAYLOR, J. B. (1977). *Stabilizing Powers of Monetary Policy Under Rational Expectations*. Journal of Political Economy, 85(1), 163-190.
- PINDYCK, Robert S. ve RUBINFELD, Daniel L. (1998) *Microeconomics*. 4th edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc
- SHAPIRO, C. ve STIGLITZ, J.E. (1984) *Equilibrium Unemployment As a Worker Discipline Device*, American Economic Review 74 (June): 433-44.
- SNOWDON, Brian, ve VANE, Howard R. (2005) *Modern Macroeconomics: Its Origins, Development and Current State*, Edward Elgar Publishing.

SOLOW, R. (1979) *Another Possible Source of Wage Stickiness*, Journal of Macroeconomics 1: 79-82

TAYLOR, John B. (1980) *Aggregate Dynamics and Staggered Contracts*, J.P.E. 88 (February): 1-23.

YALTA, Yasemin (2011). Rasyonel Beklentiler Teorisi, TÜBA Açık Ders Notları

YILDIRIM, K. K. DOĞAN-TAŞDEMİR (2010), Murat, Makro Ekonomi, Ed. Kemal Yıldırım, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

3. Bölüm

Analitik Hiyerarşi Prosesi İle İşletmelerde Personel Seçimi: İzmir İli Gıda Sektörü Örneği

Ali KÖSTEPEN¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
ORCID: 0000-0002-0225-9142

1.GİRİŞ

İşletmelerin başarı düzeyleri, insan kaynakları yönetim düzeyleri ile büyük oranda bağlantılıdır. Bu da işletmeler için personel seçiminin önemini göstermektedir. İşe alım süreçlerinde iş için ihtiyaç duyulan özellikler iyi analiz edilmeli ve bu özelliklere en uygun bulunan bireyler ilgili işlerle eşleştirilmelidir. Bu eşleştirmenin doğru olabilmesi için de hem işi hem de aday bireyleri iyi tanımak gerekmektedir.

Günümüz rekabet ortamında insan kaynakları yönetim süreçlerinin başarılı bir şekilde yürütüldüğü işletmeler rakiplerine karşı büyük bir avantaj elde etmektedir. Personel seçimini iyi ve etkili bir şekilde yürütmek yöneticilerin önemli görevleri arasındadır. Personel alınacak olan pozisyona uygun bir bireyin alınması hem alınan kişinin motivasyonu ve işe adaptasyonu için hem de işin verimli bir şekilde yürütülebilmesi için oldukça önemlidir. Bunun tersi düşünüldüğünde uygun olmayan kişilerin açıkta olan pozisyonlara alınması hem personelde hayal kırıklığına ve motivasyon kaybına sebep olmakta hem de işlerin verimliliğini düşürmektedir. Bu durum ise işletmeler için zaman kaybını ve maliyeti beraberinde getirmektedir (Adıgüzel, 2009).

Büyüyen sanayii ve işlerin karmaşık bir hal alması uzmanlık gerektiren işlerin de artmasına ve personel seçiminde daha dikkatli olunmasını gerekli kılmıştır. Bu süreçleri daha verimli ve etkin bir şekilde yönetebilmek, iş ve çalışan koordinasyonunu planlayabilmek ve ihtiyaç duyulan nitelik ve nicelikte personeli iş süreçlerine dahil edebilmek personel yönetimi ve personel seçimini önemli kılan nedenlerdendir (Öztürk, 1995).

Ayrıca işe alım süreçlerinin tamamlanması sonucu yeni başlayan her bir birey işletmenin gelecek plan ve projelerini etkileyecek ve etkilenecektir. Bu sebeple diğer tüm süreçlerde olduğu gibi işe alım ve personel seçimi sürecine de tüm işletmeler gereken önemi vermeli ve gerekli kaynakları ayırmalıdır.

Literatürde yer alan personel seçimi çalışmaları değerlendirildiğinde kullanılan tekniklerin çoğunlukla yazılı, test sınavları ve sözlü şeklinde olduğu görülmüştür. Ancak bu şekilde bir seçim işletmeler için tek başına yeterli olmamaktadır. Bunların yanında her bir işletme için değerlendirilebilecek kriterlerin belirlenmesi ve personel seçimlerinin bu kriterler doğrultusunda yapılması daha objektif ve doğru seçimlerin yapılmasına imkan sağlayacaktır (Dağdeviren, 2007). Kriterlerin değerlendirilerek bir seçim yapılacak olması yönüyle personel seçimleri çok kriterli karar verme yöntemleri ile çözülebilmektedir. Ayrıca nitel ve nicel değişkenleri bir arada değerlendirilebilmesi yönüyle avantaj sağlamaktadır. Personel seçim problemlerinde çok kriterli karar verme yöntemlerinin kullanılması ile firma açık

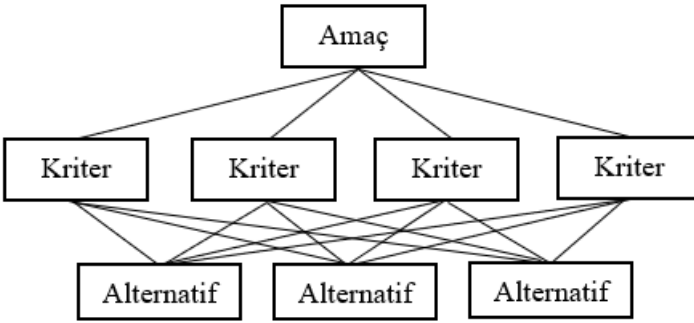
pozisyon için belirlediği kriterler doğrultusunda adayları değerlendirebilmekte ve böylece işe uygun personel istihdam edebilmektedir.

2.YÖNTEM

Analitik hiyerarşi prosesi Thomas L. Saaty tarafından 1977 yılında geliştirilmiş bir karar verme yöntemidir. Karar verme yöntemleri, bir amaç doğrultusunda seçenekler arasından en uygununu seçme mantığı ile çalışmaktadır (Saaty, 1980). Analitik hiyerarşi prosesi, problemleri parçalara bölerek çözmektedir. Sürecin sonunda ise tüm parçalar birleştirilerek sonuca ulaşılmaktadır.

Analitik hiyerarşi prosesinde problem hiyerarşik bir yapıda kurulur. Şekil 1’de amaç, kriter ve alternatif olmak üzere 3 seviyeden oluşan bir analitik hiyerarşi modeli gösterilmiştir.

Şekil 1. Analitik Hiyerarşi Prosesi Modeli



Kaynak: (Saaty ve Vargas, 2001)

Yöntem uygulanırken karar vericiler tarafından kriterler ve alternatiflere ikili karşılaştırmalar yapılmaktadır. Bu karşılaştırmalar yapılırken ise Saaty (1980) tarafından geliştirilen ikili karşılaştırma ölçeği kullanılır. Karşılaştırmaların yapılması sonucu yöntem uygulanır ve kriter ve alternatiflerin önem ağırlıkları belirlenir (Tepe ve Görener, 2014). Tablo 1’de ikili karşılaştırma ölçeği verilmiştir.

Tablo 1. İkili Karşılaştırma Ölçeği

Değer	Açıklama
1	Karşılaştırılan iki faktörün eşit öneme sahip olması
3	Karşılaştırılan faktörlerden ilkinin ikincisinden önemli olması
5	Karşılaştırılan faktörlerden ilkinin ikincisinden çok önemli olması
7	Karşılaştırılan faktörlerden ilkinin ikincisinden çok daha güçlü bir öneme sahip olması
9	Karşılaştırılan faktörlerden ilkinin ikincisinden mutlak üstün bir öneme sahip olması
2,4,6,8	Karşılaştırılan faktörler arasında orta bir değer verilmesi gerektiği durumlarda kullanılacak ara değerler

(Kaynak: Saaty, 1986)

Karar vericiler ölçekte yer alan ikili karşılaştırmaları yapar ve karşılaştırma matrisleri oluşturulur. Bu karşılaştırmalar sonucunda öncelik vektörü elde edilir. Böylece önem ağırlıkları bulunmuş olur. Yöntemin son adımı olarak ise tutarlık oranları hesaplanmaktadır. Tutarlılık oranı, tutarlılık indeksinin rastsal indeks değerine bölünmesi sonucu hesaplanır (Yıldız ve Aksoy, 2015).

$$CR = CI / RI \quad (1)$$

$$CI = (\lambda_{max} - n) / (n-1) \quad (2)$$

Rastsal indeks değerleri Saaty tarafından oluşturulan Tablo 2’de verilen değerler arasından ölçüt sayısına göre alınmaktadır (Tepe ve Görener, 2014).

Tablo 2. Rastsal İndeks Değerleri

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0,00	0,00	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

(Kaynak: Saaty, 1980)

Hesaplanan tutarlık oranının 0,10 değerinden küçük olması gerekmektedir. Ancak bu şekilde karşılaştırmanın tutarlı olduğundan bahsedilebilmektedir. Tutarlılık oranının 0,10'dan büyük olması durumu karşılaştırmaların tutarsız olduğu anlamına gelmektedir.

3.UYGULAMA

Çalışma kapsamında İzmir'de bulunan ve gıda sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın personel seçimi değerlendirilmiştir. Üretim planlama bölümünde 1 kişilik mühendis kadrosunda açık olduğu görülmüş ve iş ilanında bulunulmuştur.

Açık pozisyon için işe alınacak personel analitik hiyerarşi prosesi ile seçilecektir. Analitik hiyerarşi prosesi, nitel ve nicel değişkenleri bir arada değerlendirebilme yönüyle karar alma süreçlerinde sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Adıgüzel, 2009).

İş ilanına çıkılmadan önce firma içerisinde kurulan bir ekip tarafından personel seçiminde değerlendirilecek olan kriterler belirlenmiştir. Bu ekip insan kaynakları, üretim, planlama departmanları ve üst yönetimden katılımcılarla oluşturulmuştur. Böylece 10 kişilik bir ekip oluşturulmuş ve açık pozisyon bulunan departmana alınacak olan personelde aranması gereken özelliklere beyin fırtınası yolu ile karar verilmiştir.

Yapılan görüşmeler sonucunda açık pozisyon için alınacak olan personelde bilgi, iletişim becerisi, stres yönetimi, tecrübe, sorumluluk bilinci ve takım bilinci kriterlerine bakılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Personel seçiminde değerlendirilecek olan kriterler belirlendikten sonra ekip kriterlerin birbiri arasındaki önem düzeylerini belirlemek için tekrar bir araya gelmiştir. Böylece kriterler birbiri ile ikili karşılaştırma ile değerlendirilmiştir. Kriterler arası ikili karşılaştırma matrisi tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Kriterlerin İkili Karşılaştırma Matrisi

	Bilgi	İletişim Becerisi	Stres Yönetimi	Tecrübe	Sorumluluk Bilinci	Takım Bilinci
Bilgi	1,00	7,00	5,00	7,00	0,13	6,00
İletişim Becerisi	0,14	1,00	0,14	5,00	8,00	7,00
Stres Yönetimi	0,20	7,00	1,00	6,00	0,17	0,17
Tecrübe	0,14	0,20	0,17	1,00	0,17	5,00
Sorumluluk Bilinci	8,00	0,13	6,00	6,00	1,00	0,14
Takım Bilinci	0,17	0,14	6,00	0,20	7,00	1,00

Yapılan görüşmeler sonucunda kriterlerin önem düzeyleri yüzde şeklinde elde edilmiştir. Buna göre adaylarda değerlendirilecek olan kriterlerin yüzde önem düzeyleri tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Kriterlerin Önem Düzeyleri

Kriter	Önem Düzeyi
Bilgi	0,24
İletişim Becerisi	0,19
Stres Yönetimi	0,13
Tecrübe	0,06
Sorumluluk Bilinci	0,25
Takım Bilinci	0,14

Sorumluluk bilincinin 0,25 önem düzeyi ile ilk sırada olduğu görülmüştür. Bunun yanında en düşük önem düzeyine sahip olduğu gözlenen tecrübe kriteri 0,06 değerinde bir önem düzeyine sahiptir. Bunun nedenini ise firma yetkilileri mevcut açık pozisyonda çalışırken de kazanabileceği yönünde açıklamışlardır. Sorumluluk bilincinden sonra ikinci sırada 0,24 önem düzeyi ile bilgi düzeyi yer almaktadır. Bu sırayı 0,19 önem düzeyi ile iletişim becerileri, 0,14 önem düzeyi ile takım bilinci ve 0,13 önem düzeyi ile stres yönetimi takip etmektedir.

Tüm bu değerlendirmelerin yapılmasının ardından iş ilanına çıkılmış ve başvuru süreci tamamlandığında 7 adayın başvuru yaptığı görülmüştür. Bu adaylar için çok aşamalı mülakat süreci başlatılmıştır.

Bilgi düzeyini ölçebilmek için bir sınav yapılmıştır. Bu sınavda ilgili pozisyonda gerekli temel bilgiler yer almıştır. Sınav sonrası adaylar mülakata tabii tutulmuştur. Mülakatta insan kaynakları departmanından, üretim departmanından ve üst yönetimden yetkililer bulunmuştur. Mülakat sırasında iletişim becerileri, stres yönetimi, sorumluluk bilinci ve takım çalışması değerlendirilmiştir. Ayrıca mülakat sırasında tecrübe düzeyi de öğrenilmiştir. Tablo 5’te iletişim becerisine ait ikili karşılaştırma matrisi verilmiştir. İletişim becerisinde olduğu gibi tüm kriterler için ikili karşılaştırma matrisleri oluşturulmuştur.

Tablo 5. İletişim Becerisi Kriterine Ait İkili Karşılaştırma Matrisi

İletişim Becerisi	1.Aday	2.Aday	3.Aday	4.Aday	5.Aday	6.Aday	7.Aday
1. Aday	1,00	7,00	5,00	8,00	8,00	6,00	5,00
2. Aday	0,14	1,00	0,14	0,20	0,14	0,20	0,17
3. Aday	0,20	7,00	1,00	0,14	5,00	5,00	5,00
4. Aday	0,13	5,00	7,00	1,00	7,00	0,20	0,20
5. Aday	0,13	7,00	0,20	0,14	1,00	6,00	7,00
6. Aday	0,17	5,00	0,20	5,00	0,17	1,00	0,20
7. Aday	0,20	6,00	0,20	5,00	0,14	5,00	1,00

İkili karşılaştırma matrislerinden elde edilen önem ağırlıkları bir matris şeklinde yazılır. Elde edilen bu yeni matris ile kriterlerin önem düzeylerinden elde edilen matris çarpılarak alternatiflere ait önem düzeyleri elde edilir (Özcan, 2012).

$$\begin{pmatrix} 0,15 & 0,34 & 0,17 & 0,14 & 0,18 & 0,02 \\ 0,08 & 0,02 & 0,02 & 0,13 & 0,01 & 0,29 \\ 0,17 & 0,15 & 0,12 & 0,14 & 0,15 & 0,10 \\ 0,25 & 0,16 & 0,36 & 0,20 & 0,21 & 0,08 \\ 0,16 & 0,14 & 0,17 & 0,18 & 0,17 & 0,17 \\ 0,09 & 0,08 & 0,08 & 0,11 & 0,07 & 0,14 \\ 0,09 & 0,12 & 0,07 & 0,10 & 0,19 & 0,20 \end{pmatrix} \times \begin{pmatrix} 0,24 \\ 0,19 \\ 0,13 \\ 0,06 \\ 0,25 \\ 0,14 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0,18 \\ 0,08 \\ 0,15 \\ 0,21 \\ 0,16 \\ 0,09 \\ 0,13 \end{pmatrix}$$

Bilim sınavı ve mülakat sonuçları değerlendirilmiş ve analitik hiyerarşi prosesi ile adaylar arasında bir önem düzeyi elde edilmiştir. Adaylara ait önem düzeyleri ve sıralamaları tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Alternatiflerin Önem Düzeyleri

Alternatifler	Önem Düzeyi	Önem Sırası
1.Aday	0,18	2
2.Aday	0,08	7
3.Aday	0,15	4
4.Aday	0,21	1
5.Aday	0,16	3
6.Aday	0,09	6
7.Aday	0,13	5

Yapılan sınav ve mülakatların değerlendirilmesi sonucunda işe en uygun görülen aday 0,21 önem düzeyi ile 4. Aday olmuştur. Bu sırayı ise sırasıyla 0,18 önem düzeyi ile 1. Aday, 0,16 önem düzeyi ile 5. Aday, 0,15 önem düzeyi ile 3. Aday, 0,13 önem düzeyi ile 7. Aday, 0,09 önem düzeyi ile 6. Aday ve 0,08 önem düzeyi ile 2. Aday takip etmiştir. Daha objektif bir şekilde değerlendirme yapma imkanı sunan analitik hiyerarşi prosesi ile personel seçimi yapmak alternatifler arasında en optimal kararı vermeyi sağlamaktadır.

4.SONUÇ

Personel seçiminin doğru yapılması tüm işletmeler için büyük öneme sahiptir. Ancak bu şekilde iyi bir çalışma ortamı sağlanabilecek, işler başarılı bir şekilde yürütülebilecek ve bunların sonucunda rekabet avantajı elde edilebilecektir. Ayrıca yapılacak işe en uygun personelin işe alınması ile hem kayıp zamanlar en aza inebilmekte hem de işten alınan verim artmaktadır.

Bu çalışma kapsamında İzmir’de gıda sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın personel seçimi değerlendirilmiştir. Firma üretim departmanında oluşan açık pozisyon için 1 kişilik mühendis kadrosu için iş ilanında bulunmuştur.

Firma, işe alım sürecinde işe en uygun personeli objektif bir şekilde seçmek istemektedir. Bu sebeple analitik hiyerarşi prosesi kullanılmıştır. Analitik hiyerarşi prosesi için işletmeler istedikleri kriterlere göre adayları değerlendirebilmekte ve yöntemin sonucunda elde edilen alternatiflere ait önem düzeyleri sayesinde kolaylıkla seçim yapabilmektedir.

Çalışma kapsamında personel seçiminde değerlendirilecek olan kriterler firma yetkilileri ile oluşturulmuştur. Yapılan görüşmeler ve toplantılar sonucunda kriterlerin bilgi, iletişim becerisi, stres yönetimi, tecrübe, sorumluluk bilinci ve takım bilinci olmasına karar verilmiştir. İş başvurusunda bulunan adaylar sınav ve mülakata çağrılarak bu kriterlere göre değerlendirilmiştir. Sınav ve mülakatların sonucunda işe en uygun görülen aday 0,21 önem düzeyi ile 4. Aday olmuştur.

Çalışma sonucunda, işletme süreçlerine çok kriterli karar verme yöntemlerinin entegre edilmesi ile daha sistematik kararların verilebildiği görülmüş ve önerilmiştir. Ayrıca nitel ve nicel değişkenleri bir arada değerlendirilebilmesi yönüyle analitik hiyerarşi prosesini kullanmak avantaj sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O. (2009). Personel seçiminin analitik hiyerarşisi prosesi yöntemiyle gerçekleştirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24).
- Dağdeviren, M. (2007). Bulanık analitik hiyerarşi prosesi ile personel seçimi ve bir uygulama. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 22(4).
- Özcan, M. (2012). AHP ve TOPSIS yöntemlerinin personel seçimi sürecindeki etkililiğinin karşılaştırılması: bir üretim işletmesinde uygulama. *Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara*.
- Öztürk, Z. (1995). İşletmelerde personel seçim yöntemleri ve psikoteknik. *Ankara: EPAR*.
- Saaty, T.L., *The Analytic Hierarchy Process*, McGraw-Hill, New York, 37-85, 1980.
- Saaty, Thomas L. And Vargas, Luis G.; *Models, Methods, Concepts&Applications Analytic Hierarchy Process*; Springer; 2001.
- Tepe, S., & Görener, A. (2014). Analitik hiyerarşi süreci ve moora yöntemlerinin personel seçiminde uygulanması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 13(25), 1-14.
- Yıldız, M. S., & Aksoy, S. (2015). Analitik hiyerarşi prosesi ile personel seçimi üzerine bir çalışma. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.

4. Bölüm

Yüzyılın Afeti: 06 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri Üzerine Bir Değerlendirme

Bahadır TERCAN¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO, Acil Durum ve Afet Yönetimi Programı, bhdr_24@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-5699-0208

Giriş

Türkiye, dünyanın en önemli deprem kuşaklarından biri olan Alp-Himalaya adlı genç ve aktif bir kuşak içerisinde yer almaktadır. Bu neotektonik yapı üzerinde bir yılda meydana gelen depremler, dünyada bir yılda meydana gelen depremlerin %23 'ünü oluşturmaktadır. Türkiye'de ise her 1,5 yılda şiddetli, her 2,5 ila 3 yılda çok şiddetli ve her 30 ila 40 yılda ise yıkıcı depremler yaşanmaktadır. Ayrıca ülke topraklarının %92'sinde farklı derecelerde deprem tehlikesi bulunmaktadır. Nüfusun %95'i deprem riskinin var olduğu bölgede yaşarken, büyük sanayi merkezleri ve barajların %98'i deprem riskinin var olduğu bölgelerde bulunmaktadır (Biricik ve Korkmaz, 2001).

Çalışmaya konu olan Kahramanmaraş İli, Türkiye tektoniğinde önemli bir yere sahip olan Doğu Anadolu Fay Zonu (DAFZ) ve Ölü Deniz Fay Zonunun (ÖDFZ) etkisi altındadır. Bu faylarda oluşan uzun süreli enerji birikimi, sismik olarak yüksek bir potansiyel tehlike oluşturduğu ve ilin üzerinde bulunduğu Gölbaşı-Türkoğlu fay segmentinin Şubat 2023 tarihine kadar uzun bir süre hareketli olmadığı söylenebilir. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar da bu durumu desteklemektedir (Biricik ve Korkmaz, 2001; Nalbant vd., 2002; Fahjan vd., 2015; Karaağaç, Karaman ve Aktuğ, 2019). Çalışmalar bu bölgede yıkıcı bir depremin yaşanabileceğini öngörürken Cumhuriyet tarihinde yaşanmış depremler içerisinde 27 Aralık 1939 Erzincan depreminden sonra yüzyılın afeti olarak nitelendirilen 06 Şubat 2023 tarihinde bölgede iki yıkıcı deprem meydana gelmiştir. İlki, Türkiye saati ile 04:17'de merkez üssü Pazarcık (Kahramanmaraş) olarak Mw 7.7 büyüklüğünde, ikinci ise Türkiye saati ile 13:24'de merkez üssü Elbistan (Kahramanmaraş) olarak Mw 7.6 büyüklüğünde depremler yaşanmıştır. Bu çalışmanın amacı, Kahramanmaraş'ta meydana gelen bu iki önemli deprem üzerinde durarak ilin deprem tarihini, deprem riskini, depremlerin oluşturduğu fiziksel, sosyal ve ekonomik yıkımları açıklayabilmek ve son olarak afet yönetimi açısından değerlendirmektir.

1. İlin Coğrafi Konumu ve Özellikleri

Doğu Akdeniz'de bulunan Kahramanmaraş ili, Türkiye'nin, 14.327 km²'lik yüzölçümü ile 11. olan ve 2022 yılı nüfus verilerine göre 1.177.436 ile 18. olan büyük şehridir. 37-38 kuzey paralelleri ile 36-37 doğu meridyenleri arasında bulunmaktadır. 11 ilçesi bulunan Kahramanmaraş ili 2013 yılında büyükşehir statüsü kazanmıştır. Deniz seviyesinden 568 m yüksekliğe sahip olan ilin kuzey kesimleri oldukça dağlıktır. Topraklarının yaklaşık %59,7'si dağlarla, %0,3'ü ovalarla ve bununla beraber %24'ü platolarla ve yaylalarla kaplıdır. Üç farklı coğrafi bölgenin (Doğu Anadolu, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri) birbirine yaklaştığı Kahramanmaraş ilinde yeryüzü şekilleri çoğunlukla

Güneydoğu Torosların uzantısı olan dağlar ve bunların arasındaki çöküntü alanlarından oluşmaktadır. Dağlarının yüksek kesimleri çoğunlukla çıplak kayalıklardan oluşurken alt kuşaklar orman dokusu ile örtülüdür (URL 1, 2023).

Kahramanmaraş ili, Akdeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin birbirine en çok yaklaştığı kısımda bulunmaktadır. Coğrafi konumu ve diğer faktörlerin de etkisiyle üç farklı iklim tipi arasında “Bozulmuş Akdeniz İklimi” ne daha yakın bir iklim özelliği bulunmaktadır. İlin güneyinde Akdeniz iklimi, kuzeyinde ise karasal iklim görülmektedir. Yaz ayları sıcak, kış ayları ise soğuk geçmektedir. Ayrıca il topraklarının Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin geçiş alanında yer alması, ildeki iklim şartlarının farklı farklı görülmesine sebep olmuştur (URL, 2023).

2. İlin Deprem Riski ve Tarihi

Kahramanmaraş ili, Akdeniz Bölgesinin kuzeydoğu kısmında yer almaktadır. İl, Doğu Anadolu Fayı (DAF) başta olmak üzere irili ufaklı pek çok faya ev sahipliği yapmaktadır. Bölgede etkili olan ana tektonik yapı, Doğu Anadolu Fay Zonu ve Ölü Deniz Fay Zonu'dur. İlin sahip olduğu bu jeolojik konum dolayısıyla tarihsel ve aletsel dönem verilerine göre birçok depreme maruz kalmıştır (Kartal, Kadırioğlu ve Apak, 2014). Kahramanmaraş ve yakın çevresinde (M.Ö. 2100-M.S. 1900) yaşanan depremlere bakıldığında bölgenin sismik aktivitenin oldukça fazla olduğu söylenebilir (Tablo 1).

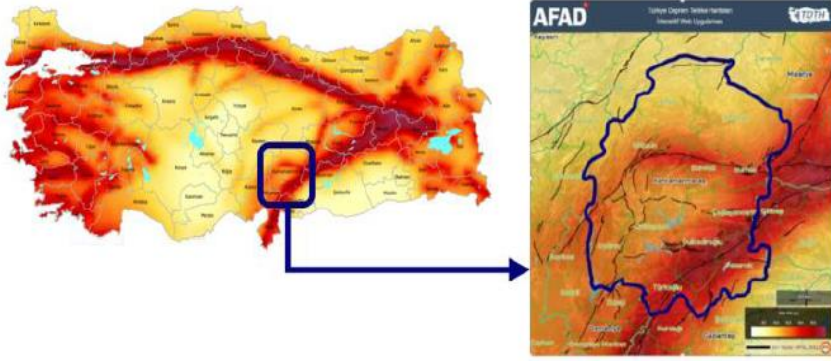
Tablo 1. Kahramanmaraş ve Yakın Çevresinde Yaşanan Depremler

Tarih	Enlem (N)	Boylam (E)	Deprem Merkezi	Büyüklüğü
M.Ö. 131	37° 05'	36° 60'	İslâhiye	VII
13.12.115	36° 25'	36° 10'	Antakya ve yöresi	IX
128	37° 30'	36° 80'	İslahiye, K, Maraş	VIII
14.05.290	37° 06'	35° 80'	Ceyhan, Tarsus, Mersin	VIII
14.09.458	36° 25'	36° 10'	Antakya ve Kuzey Suriye	IX
10.09.506	36° 25'	36° 10'	Antakya, Samandağ	IX
05.518	36° 88'	36° 60'	Antakya	VIII
29.05.526	36°25'	36° 10'	Antakya ve Samandağ	IX
29.11.529	36° 25'	36° 10'	Antakya ve yöresi	IX
561	37° 20'	35° 90'	Anazarba, Antakya	VIII
30.09.587	36° 25'	36° 10'	Antakya	IX
08.04.859	36° 25'	36° 10'	Antakya, Lazkiye, Şam, Ham	IX
10.08.1114	36° 50'	35° 50'	Ceyhan, Antakya, Kahramanmaraş ve Lübnan	IX
29.11.1114	37° 60'	36° 90'	Kahramanmaraş, Urfa, Harran	VIII

1222	36° 74'	37° 10'	Kilis	VI
1268	37° 35'	35° 80'	Kozan, Ceyhan ve çevresi	IX
22.01.1544	38° 20'	37° 15'	Elbistan, K. Maraş	VIII
13.08.1822	36° 40'	36° 20'	Antakya, İskenderun, Kilis, Halep, Lazkiye	IX
02.04.1872	36° 25'	36° 10'	Antakya, Samandağ	IX

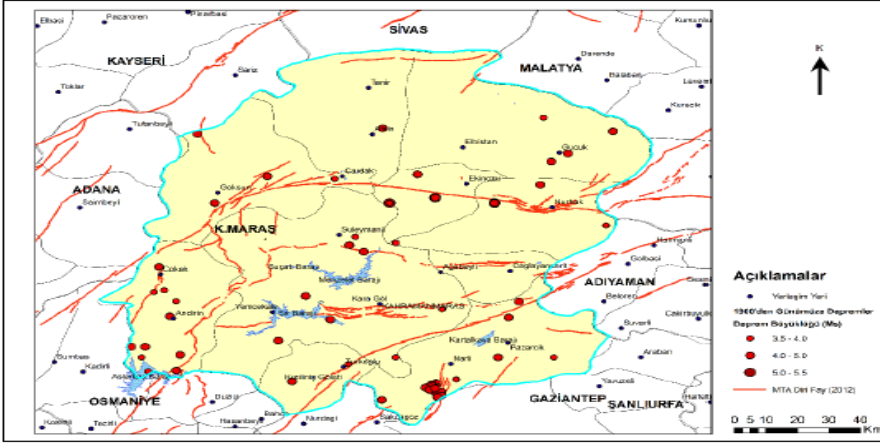
Kaynak: KRDAE, 2023

Afet ve Acil Durum Başkanlığı (AFAD) tarafından 2018 yılında yayımlanan Türkiye deprem tehlike haritası doğrultusunda Kahramanmaraş ilinin çok riskli bir bölgede yer aldığı görülmektedir. Şekil 1'de ilin deprem tehlike haritası gösterilmektedir.



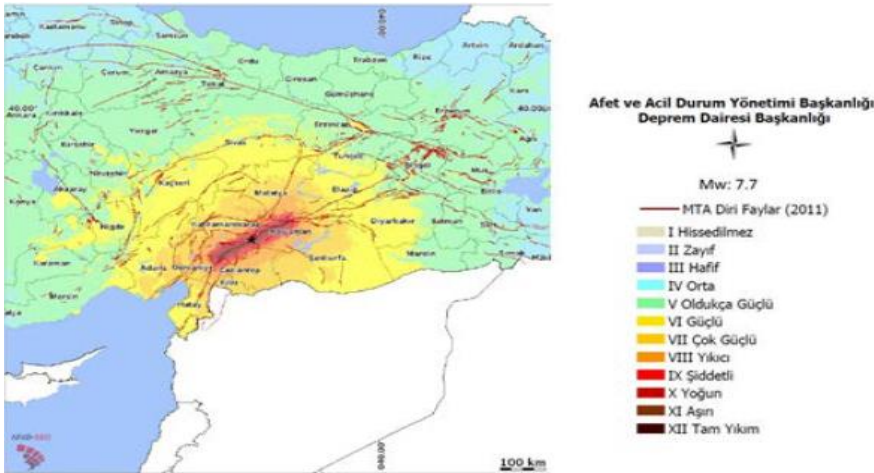
Şekil 1. Kahramanmaraş İlının Deprem Tehlike Haritası (AFAD, 2018).

Bölgede etkili olan ana tektonik yapı olarak Doğu Anadolu Fay hattının batı kısmı aletsel dönem içerisinde yıkıcı bir deprem etkinliği üretmediği ve sessiz kaldığı görülmektedir. Ta ki 06 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremlerine kadar. 1900-2023 yılları arasında il sınırları içerisinde 5.5 büyüklüğünü geçen bir deprem yaşanmamıştır (Şekil 2). Bu tarihler arasında ilde yaşanan önemli olarak ifade edebileceğimiz 6 deprem gerçekleşmiştir. 10 Ocak 1901 tarihinde 5.5 büyüklüğünde Ekinözü ilçesinde yaşanmıştır. Bunu 1908 yılında 5.3 büyüklüğünde Nurhak ilçesinde, 1961 yılında 5.0 büyüklüğünde Kahramanmaraş merkez ilçesinde, 1996 yılında 5.0 büyüklüğünde Andırın ilçesinde, 2012 yılında 5.0 büyüklüğünde Andırın ilçesinde ve yine 2012 yılında 5.1 büyüklüğünde Pazarcık ilçesinde yaşanan depremler takip etmiştir (Karaağaç, Karaman ve Aktuğ, 2019).



Şekil 2. 1900 Yılı ve Sonrası Kahramanmaraş İlinde Yaşanmış $M \geq 3.5$ Depremlerin Dağılımı (Karaağaç, Karaman ve Aktuğ, 2019).

Doğu Anadolu Fay hattının batı kısmının deprem etkinliğinin olmadığını ve suskun olduğunu yapılan çalışmalarla belirlendiğini ve bu hat üzerinde yaklaşık olarak 508 yıldır büyük yıkıcı bir depremin yaşanmadığını ifade edebiliriz. Bu hattın 7 Mw üzeri deprem üretme yeteneğine sahip olduğu ve tekrarlanma periyodunun yaklaşık olarak 400 yıl olarak öngörüldüğü ifade edilmektedir (Coşkun, 2022). Fahjan vd., (2015) tarafından geliştirilen bir yazılım kullanılarak bu bölge için bir deprem senaryosu hazırlanmış ve bu doğrultuda tahmini sismik şiddet haritası oluşturulmuştur (Şekil 3).



Şekil 3. Mw = 7.7 Büyüklüğündeki Senaryo Deprem İçin Tahmini Sismik Şiddet Haritası (Karaağaç, Karaman ve Aktuğ, 2019).

Aktuğ vd., (2016) tarafından bölgede yapılan bir çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilerek Doğu Anadolu Fay hattı üzerindeki bilinen sismik boşluk olan, 50 km'lik Çelikhhan-Gölbaşı ve 90 km'lik Gölbaşı-Türkoğlu segmentlerinde oluşan ve toplam 140 km uzunluğunda Çelikhhan-Türkoğlu segmentindeki kayma eksikliği 5.16 m ve deprem potansiyelinin büyüklük olarak 7.7 şeklinde tespit edilmiştir (Karaağaç, Karaman ve Aktuğ, 2019). Aslında bugüne geldiğimizde bölgede 7.7 büyüklüğünde bir depremin yaşanmış olmasının çokta beklenmedik bir durum olmadığı görülmektedir. Bölgenin tektonik yapısını oluşturan iki önemli fay zonu bulunmaktadır. Aşağıda bu iki fay zonu kısaca açıklanmıştır.

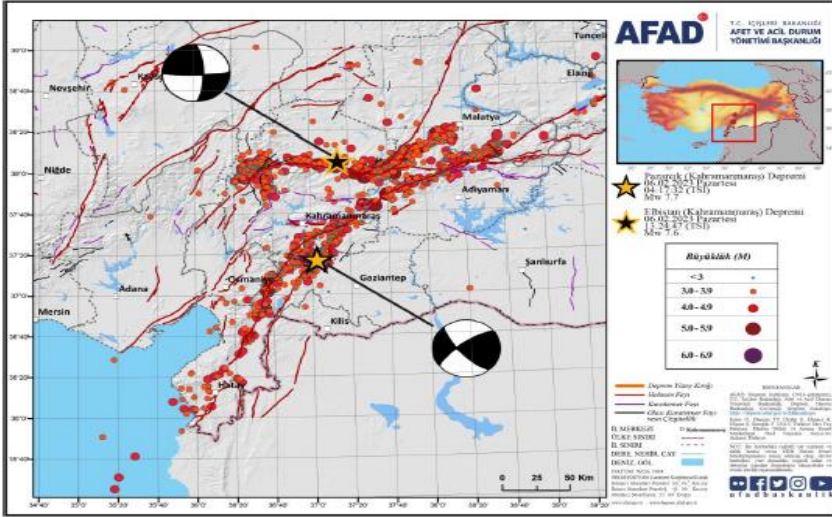
2.1. Doğu Anadolu Fay Zonu

Arabistan ve Avrasya levhalarının yakınlaşması ve çarpışmasıyla oluşan Doğu Anadolu Fay Zonu (DAFZ), Alp-Himalaya orojenik kuşağında yer almaktadır (Dolmaz, Elitok ve Kalyoncuoğlu, 2008). Türkiye'nin doğusunda Arap ve Anadolu levhaları arasında yaklaşık 600 km boyunca uzanan KD gidişli sol yanal doğrultu atımlı olan DAFZ, ülkenin en etkin ve diri olan iki fay zonundan biridir. Kuzeydoğuda Karlıova ile güneybatıda Hatay arasında uzanan DAFZ, bölgenin jeodinamik evrimi ve deprem riski açısından önemli bir rol oynamaktadır. İlk kez Allen (1969) tarafından tanımlanan KAFZ, ortalama 6 ila 10 mm/yıl kayma hızına sahip ve toplam atım miktarı 15 ile 22 km arasında değişmektedir. Tarihsel ve aletsel kayıtlara bakıldığında DAFZ üzerinde önemli depremlerin yaşandığı görülmektedir. Tarihsel dönemde sırasıyla 1513 Pazarcık, 1822 Kahramanmaraş, 1866 Karlıova, 1872 Antakya, 1874 Gezgin, 1875 Sivrice, 1893 Çelikhhan depremleri yaşanmış ve son olarak 1905 Malatya depremi ile tamamlanan bir seri söz konusudur. Bu büyük yıkıcı depremler, geçen yüzyılda meydana gelen sadece 1971 Bingöl depremi ile bir tezat oluşturmaktadır. Yani DAFZ, 2023 Kahramanmaraş depremleri öncesi daha sakin bir döneme girmiş ve yüzey kırığı oluşturabilecek büyüklükte bir deprem üretmemiştir (Bulut vd., 2012).

KAFZ, uzunlukları 50 km ile 145 km arasında farklılaşan 6 farklı segmentten oluşmaktadır (Şekil 4). Kuzeyden güneye doğru sırasıyla; Karlıova-Bingöl segmenti, Palu-Hazar segmenti, Hazar-Sincik segmenti, Çelikhhan-gölbaşı segmenti ve Türkoğlu- Antakya segmentinden oluşmaktadır. Kahramanmaraş ilinin üzerinde bulunduğu Gölbaşı-Türkoğlu segmenti, yaklaşık olarak 90 km uzunlukta K55D doğrultulu Gölbaşı ile Türkoğlu arasında uzanmaktadır. 2023 yılı öncesinde yapılan çalışmalara bakıldığında bu segment üzerinde önemli sismik boşluğun olduğu ifade edilmektedir (Demirtaş ve Erkmen, 2019).

sonra, saatler içerisinde Mw 6.0 üzerinde 3 adet, Mw 5.0 üzerinde 10 adet ve Mw 4 üzerinde 50 civarında artçı şok yaşanmıştır (Şekil 5.). Büyüklüğü Mw 7'nin üzerinde olan ana şoklardan sonra kaydedilen artçı şokların haftalarda sürebileceği ifade edilmektedir (URL 3).

Pazarcık depreminin oluşturduğu şok etkisi daha geçmeden bu depremden yaklaşık 9 saat sonra Elbistan (Kahramanmaraş) dolayında Türkiye saati ile 13:24'de ikinci büyük ve yıkıcı bir deprem yaşanmıştır. Kahramanmaraş Elbistan bölgesinde sismik moment büyüklüğü Mw 7.6 olarak ölçülen deprem, yerin 7 derinliğinde kuzeydoğu-güneybatı doğrultulu, sol yanal doğrultu atımlı faylanmayı göstermektedir (AFAD, 2023). Bu depremin merkez üssü, sismik boşluk olarak öngörülen Gölbaş-Türkoğlu segmentine yakın bir bölgede olduğu ve yapılan çalışmalar doğrultusunda meydana gelen ilk depreminin (Pazarcık) oluşturduğu kosismik gerilme değişimlerinin ikinci depremi (Elbistan) tetiklediği belirtilmektedir (URL 4). Yaşanan bu iki depremin üzerinden iki hafta geçmesine rağmen 6.212 artçı deprem yaşanmış ve bu artçıların bazıları da Mw 5.0 üzerinde olmuştur. Artçı şokların bir yıl kadar süreceği de düşünülmektedir.



Şekil 5. Şubat Pazarcık (Kahramanmaraş) Depremi ve Elbistan (Kahramanmaraş) Depremi ve Artçı Şok Aktivitesi (AFAD, 2023).

AFAD Başkanlığı kayıtlarına göre koordinatları sırasıyla 37.288K-37,043D, 38.089K-37.239 olarak verilen söz konusu iki deprem sadece Kahramanmaraş ilinde etkili olmamıştır. Kahramanmaraş'ın yanı sıra Adıyaman, Gaziantep, Hatay, Malatya, Diyarbakır, Adana, Kilis, Osmaniye, Şanlıurfa, Elazığ ve Suriye'nin kuzey kesimlerinde çok şiddetli olarak hissedildi. Ayrıca, Güneydoğu

Anadolu, Doğu Anadolu, İç Anadolu, Akdeniz bölgelerini de kapsayacak şekilde geniş bir alanda hissedildi. Özellikle ilk deprem Türkiye ve Suriye'nin dışında İran, Lübnan, Ürdün, Kıbrıs, İsrail, Irak ve Mısır'ın da yer aldığı geniş bir coğrafyada etkili oldu.

4. Şubat 2023 Pazarcık ve Elbistan Depremlerin Oluşturduğu Yıkımlar

Doğa, teknolojik ya da insan kaynaklı olayların neden olduğu afetler, bir toplumun yalnızca kendi kaynaklarını kullanarak önleme yetisinin ötesinde, insanlar için fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplara neden olan, normal hayatı ve sosyo-ekonomik faaliyetleri kesintiye uğratarak toplumları etkilemektedir (Kadioğlu, 2023; Genç, 2021). Bu aşamada jeolojik kökenli bir afet olarak Şubat 2023 tarihinde yaşanan Pazarcık ve Elbistan Depremlerin oluşturduğu yıkımlar, afet kavramında belirtilen fiziksel, ekonomik ve sosyal etkiler dikkate alınarak açıklanmıştır.

4.1. Fiziksel Yıkımlar

Depremler, Kahramanmaraş, Hatay, Adıyaman, Gaziantep, Malatya, Şanlıurfa, Adana, Diyarbakır, Osmaniye, Kilis ve Elazığ illerinde olmak üzere çok sayıda insanın hayatını kaybetmesine, yaralanmasına ya da etkilenmesine neden olmuştur. Genel hayata etkili afet bölgesi olarak ilan edilen illerin toplam nüfusuna baktığımızda 14 milyon insan yaşamaktadır. Bu sayı ülkemizin toplam nüfusun yüzde 16.5'ine tekabül etmektedir. Nüfus yoğunluğu açısından baktığımızda ülke genelinde 110 iken, afet bölgesi olarak ilan edilen illerde bu oran 142'dir (TÜİK, 2022). Tablo 2'de bu oranlar detaylı olarak verilmiştir. 20 Şubat 2023 tarihi itibarıyla resmi rakamlara göre, 41 bin 156 insan hayatını kaybetmiş, 114 bin 991 kişi ise yaralanmıştır (AFAD, 2023).

Tablo 2. Afet Bölgesi Olarak İlan Edilen İllerin Nüfus Yapısı

İl	Nüfus	Toplam Nüfustaki Oran	Nüfus Yoğunluğu
Adana	2.274.106	%2.7	161
Adıyaman	635.169	%0.7	83
Diyarbakır	1.804.880	%2.1	118
Elazığ	591.497	%0.7	64
Gaziantep	2.154.051	%2.5	313
Hatay	1.686.043	%2.0	287
Kahramanmaraş	1.177.436	%1.4	81
Malatya	812.580	%1.0	67
Şanlıurfa	2.170.110	%2.5	112

Osmaniye	559.405	%0.7	174
Kilis	147.919	%0.2	102
Toplam	14.013.196	%16.5	142

Kaynak: TÜİK, 2022

Ayrıca depremler, yaygın olarak bina göçmelerine ve ağır bina hasarlarına yol açmıştır. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından 19 Şubat 2023 tarihi itibarıyla yapılan hasar tespit çalışmalarında 384 bin 545 bağımsız birimin acil yıkılması gereken, ağır hasarlı ve yıkık olduğu, 133 bin 575 bağımsız birimin orta hasarlı olduğu ve 1 milyon 91 bin 720 bağımsız birimin az hasarlı olduğu tespit edilmiştir (URL 5).

4.2. Ekonomik Yıkımlar

Öncelikle afet bölgesinde bulunan illerin deprem yaşanmadan önce ülke ekonomisine katkısından bahsetmek gerek. Afet bölgesindeki illerin toplam milli gelirden aldığı pay 2021 verilerine göre 9.8'dir. Tarım, imalat ve sanayi sektörlerinin payı, Gayrisafi Yurt İçi Hasıla (GSYH) paylarının üzerinde bulunmaktadır. 11 ilin tarım sektörü, ülkemiz açısından önemli bir yere sahiptir. Ayrıca büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık yetiştiriciliği açısından da önemli katkısı bulunmaktadır. 2022 yılı ihracat rakamlarına bakıldığında afet bölgesinde bulunan 11 il, toplam ihracatın %9.05'ini gerçekleştirmektedir. 20.50 milyar dolarlık bu ihracatın, 10.52 milyar dolar ile birinci sırada Gaziantep ilinde gerçekleşirken, Hatay, Adana ve Kahramanmaraş illeri sırasıyla takip etmektedir. Hububat, yağlı tohum ve mamulleri, bakliyat, tarım ürünleri, çelik, hazır giyim ürünleri, tekstil ve hammaddeleri öncü ihracat kalemleri arasındadır (TİM, 2022). Bu verilere bakıldığında afet bölgesindeki illerin ülke ekonomisine önemli katkılar sunduğu anlaşılmaktadır.

Depremlerle birlikte ortaya çıkan ekonomik yıkımlara baktığımızda öncelikle yıkılan ya da ağır, orta ve hafif hasarlı binaların olmasıdır. 19 Şubat 2023 tarihi itibarıyla yapılan hasar tespit çalışmalarında 384 bin 545 bağımsız birimin acil yıkılması gereken, ağır hasarlı ve yıkık olduğu, 133 bin 575 bağımsız birimin orta hasarlı olduğu ve 1 milyon 91 bin 720 bağımsız birimin az hasarlı olduğu tespit edilmiştir (URL 5). Altyapı açısından bakıldığında ulaşım, elektrik, doğalgaz, petrol hatları ve iletişim/ağ hasarlarının yaşandığı görülmektedir. Belirli bir süre Hatay Havalimanı ve Hatay-Reyhanlı yolunda sorunlar varken bazı ilçe ve köy yollarının ulaşımında da aksaklıklar yaşanmıştır. Depremden etkilenen illerin neredeyse hepsinde trafo noktaları yıkıldı ya da bazı bölgelerde elektrik dağıtım şebekeleri zarar gördü. Bu nedenle bazı illerde elektrik dağıtımını belirli bir süre yapılamadı. Yaşanan depremler ile doğal gaz boru hatlarında patlamalar yaşandı ve BOTAŞ tarafından Kahramanmaraş, Hatay ve Gaziantep'e giden doğalgaz

akışı hızla kesildi. BOTAŞ'ın ana iletim hatlarında arıza ve kopmalar meydana geldiği ve onarım yapılan yerlerde artçı sarsıntılarla hasarın yeniden olduğu yetkililer tarafından açıklandı. BOTAŞ tarafından onarımlar yapıldıkça illere kontrollü ve kısmi doğal gaz akışı sağlandı. Petrol hatları açısından BOTAŞ, depremin ilk günü tesisi denetlemek için terminale sağlanan petrol akışını durdurdu, fakat bir problem olmadığını belirledi. 7 Şubat Salı günü itibariyle Ceyhan ihracat terminaline ham petrol akışını sağladı. İletişim açısından 12 milyonun üzerinde mobil abone bulunan afet bölgesinde ki il ve ilçelerde telekomünikasyon hizmetleri tamamen durma noktasına geldi. Operatörler, bölgede 2 bin 451 baz istasyonunun devre dışı kaldığını açıkladı. Bu nedenle bölgeye 190 mobil baz istasyonu ve enerji ihtiyacını karşılamak için 3 bin 485 adet jeneratör gönderildi.

Bu bilgiler doğrultusunda Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED) tarafından açıklanan Kahramanmaraş depremleriyle ilgili afet ön değerlendirme durum raporuna göre, Şubat 2023 Kahramanmaraş depremlerinin 70.75 milyar dolar konut zararı, 10.4 milyar dolar milli gelir kaybı ve 2.91 milyar dolar işgücü kaybı da dâhil olmak üzere toplamda 84.06 milyar dolar bir ekonomik yıkımın yaşanabileceği tahmin edilmektedir (TÜRKONFED, 2023).

4.3. Sosyal Yıkımlar

Depremin oluşturduğu fiziksel ve ekonomik yıkımlara ek olarak sosyal yıkımlar yaşanmaktadır. Depremden etkilenen illerde hayat neredeyse durma noktasına gelmiştir. Binlerce hanenin ya evleri yıkıldı veya ağır hasarlı ya da buldukları illerden zorunlu olarak başka illere geçici de olsa göç etmek zorunda kaldılar. Bunun yanında depremin daha az etkili olduğu Adana, Osmaniye gibi illerde insanlar psikolojik olarak etkilendiği için evlerine girmekten korkmaktadır. Deprem nedeniyle hem ülke genelinde hem de bölgede bazı hizmetler olumsuz olarak etkilendi. Eğitim-öğretim süreci 71 ilde iki hafta ertelenirken 20 Şubat 2023 Pazartesi günü açıldı. Afet bölgelerindeki illerde ise aşamalı olarak en son 27 Mart 2023 Pazartesi günü olmak üzere Malatya, Adıyaman, Kahramanmaraş ve Hatay'da açılacağı açıklandı. Üniversitelere baktığımızda bahar döneminin uzaktan eğitim ile yapılacağı ve Nisan ayı itibariyle yüz yüze eğitime geçilebileceği açıklandı. Sağlık hizmetleri açısından özellikle Hatay ilinde iki devlet hastanesi yıkılırken birçok özel hastane de yıkılmış veya kalıcı zarar görmüştür. Bu anlamda Sağlık Bakanlığı hem Hatay ilinde hem de depremin etkilediği diğer illerde sahra hastaneleri kurarak hizmetin devamlılığını sağlamaktadır. Son olarak işyerlerinin yıkılması, hasar görmesi ya

da enkaz altında kalmayla uzuv kaybı yaşayan bireylerin iş kaybının olması gibi sorunlar da bireyler üzerinde olumsuz anlamda etki bırakacağı düşünülmektedir.

5. Afet Yönetimi Açısından Şubat 2023 Pazarcık ve Elbistan Depremleri

Afet yönetimi; bireysel ya da toplumsal hasar oluşturabilecek her türlü tehlikeye karşı zarar azaltıcı risk yönetimi faaliyetlerinin, olası hasara karşı hazırlık çalışmalarının, hayat kurtarıcı müdahalenin ve tekrar eskiye dönüş için iyileştirme faaliyetlerinin yer aldığı bir süreç yönetimidir. Bu süreç yönetimi, var olan kaynakların organize edilmesi, gerekli planlama ve değerlendirmeler yapılarak yeni kaynakların oluşturulması ve risklerin gerçekleşmesi durumunda bu kaynakların en etkin bir şekilde kullanılmasını kapsamaktadır (Coppola, 2020). Günümüzde çok yaygın olarak kullanılan bir model olarak bütünleşik afet yönetimi; Zarar Azaltma, Hazırlık, Müdahale ve İyileştirme evrelerinden oluşmaktadır. Kayıp ve zararların azaltılması, hazırlık, tahmin ve erken uyarı ve afetleri anlamak gibi süreçlerin yer aldığı zarar azaltma ve hazırlık evreleri “Risk Yönetimi” olarak adlandırılırken; etki analizi, müdahale, iyileştirme, yeniden yapılanma gibi süreçleri kapsayan müdahale ve iyileştirme evreleri ise “Kriz Yönetimi” olarak ifade edilmektedir (Erenel ve Caymaz, 2020). Bu kısımda Şubat 2023 Pazarcık ve Elbistan depremleri bütünleşik afet yönetiminin dört evresi dikkate alınarak kısaca açıklanmıştır.

Kriz yönetiminde başarılı olmak için mutlaka risk azaltma çalışmalarının etkin düzeyde yapılması gerekir. Şubat 2023 Pazarcık ve Elbistan depremleri gösterdi ki bölgede yürütülen afet risk yönetim sürecinin yetersiz olduğu özellikle zarar azaltma faaliyetlerinin etkin bir şekilde yapılmadığını göstermektedir. Afetlerde müdahale faaliyetlerinin yapılabilmesi, başarılı olunabilmesi için mutlaka riskin yönetilebilir olması gerekmektedir. Yani, risk yönetiminin, kriz anı ortaya çıkıncaya kadar yönetilebilecek seviyeye indirgenmiş olması gerekir. Bundan dolayı öncelikle mevcut risklerin neler olduğunu belirlemek ve sonrasında risk seviyesini azaltmak ya da transfer etmektir. Son yaşanan Pazarcık ve Elbistan depremleri gösterdi ki bütünleşik afet yönetiminin en temel evresi olarak zarar azaltma faaliyetlerinin başarılı bir şekilde yerine getirilmediği anlaşılmaktadır.

Afet risklerinin yönetilebilir ya da tolere edilebilir olması afetlere hazırlıklı olmak için önemlidir. Çünkü yönetilemeyecek boyuttaki afet riskleri için afetlere hazırlık yapılamaz ya da bu konuda başarılı olunamaz. Hazırlık evresinde; olay komuta sistemi, planlama, tahmin ve erken uyarı, eğitim, tatbikat vb. çalışmalar yapılmaktadır. Son yaşanan Pazarcık ve Elbistan depremleri gösterdi ki koordinasyon sürecinde bir eksikliğin olduğu, planlama, eğitim ve tatbikatların afet bölgesindeki illerde yeterli düzeyde olmadığı anlaşılmaktadır.

Afet meydana geldikten sonra kriz yönetim süreci başlar ve ilk önce etki ve ihtiyaç analizleri, olay yeri yönetimi ve ön iyileştirme gibi faaliyetleri kapsayan müdahale evresi aktive olur. Afete maruz kalmış bireylere müdahale için başlangıçta yapılması gereken öncelikli çalışmalar afet etki ve ihtiyaç analizleridir (URL 6). Son yaşanan Pazarcık depreminin gece yarısı olması ve afet bölgesinde havanın yağışlı ve bulutlu olması uydulardan optik görüntü alınmasını engellemiştir. Bölgedeki haberleşme sisteminin çökmesi nedeniyle de muhtar, karakol vb. kişi ve birimlerden haber alınmasını da zorlaştırmıştır. Ayrıca yıkılan bina sayısının çok fazla sayıda olması, her olay yerine yetişmeyi ve enkazları yönetmeyi fazlasıyla zorlaştırmıştır. Bu durum da yaklaşık olarak 9 saat içerisinde meydana gelen iki büyük ve yıkıcı Kahramanmaraş Pazarcık ve Elbistan depremlerinde oluşan bu yıkımı “yönetilemez” bir boyuta taşımıştır.

Kriz yönetimin ikinci evresi olarak iyileştirme evresi, hasar değerlendirme, rehabilitasyon ve yeniden inşa gibi geniş bir faaliyet yelpazesini içeren afet sonrası bir dönemdir. İyileştirme evresi, kısa vadeli ve uzun vadeli ilişkili faaliyetleri içermektedir. Kısa vadeli faaliyetler, geçici barınma, altyapı ve restorasyon işlemleri, afetten az hasar görmüş binaların onarımı ve mali yardımları içermektedir. Ayrıca gönüllülerin ve bağışlanan malların koordinasyonu gibi çalışmalar da bulunmaktadır. Pazarcık ve Elbistan depremlerinde etkilenen nüfus o kadar çok ki depremlerden yaklaşık olarak üç hafta geçmesine rağmen geçici barınma konusunda sorunlar yaşanmaktadır. Hasar tespit çalışmaları halen devam etmekle birlikte onarım faaliyetleri daha başlamamıştır. Necip bir millet olarak aynı ve nakdi yardım faaliyetleri AFAD koordinasyonu ile yapılmış ve bunun uzun bir süre de devam edeceği tahmin edilmektedir. Uzun vadeli faaliyetler ise, fiziksel, sosyal ve ekonomik alt yapının yeniden oluşturulmasını kapsamaktadır. Ayrıca rehabilitasyon programları düzenlemek ve hayatta kalmayı başarmış afetzedeler için iş fırsatları oluşturmak gibi faaliyetler de bulunmaktadır (Paul, 2011). Afet bölgesi açısından bakıldığında da bu uzun vadeli faaliyetlerin çok kısa süre içerisinde başlanacağı fakat bunun uzun bir süreçte olacağı düşünülmektedir. Bu faaliyetlerin depremden etkilenen nüfusun eskisinden daha iyi koşullara ulaşmasını sağlayacak şekilde olması da iyileştirme evresinin en önemli kriteridir.

Sonuç

Meydana gelen Pazarcık ve Elbistan depremlerinin büyüklükleri, etki alanları, sosyal, siyasal ve ekonomik hayatta oluşturduğu kesinti ve tarihte de benzeri büyük depremlerin yaşanmış olması Türkiye'nin bir deprem ülkesi olduğunu tekrar gözler önüne sermiştir. Yüzyılın afeti olarak değerlendirilen Pazarcık ve Elbistan depremleri tüm Türkiye'de doğrudan ya da dolaylı olarak

fiziksel, ekonomik ya da sosyal bir yıkım oluşturmuştur. Bu tür yıkıların tekrar yaşanmaması adına Pazarcık ve Elbistan depremlerinin gerçekten de bir milat, bir dönüm noktası olması gerekmektedir. Çünkü daha önce yaşanan 1999 Marmara depremi her platformda bir dönüm noktası olduğu ifade ediliyordu. Fakat yaşanan Pazarcık ve Elbistan depremleri gösterdi ki pek çok açıdan daha ders alınmamıştır. Öncelikle her bir insanımızın afetler konusunda bir bilince sahip olması ve bunun bir kültür haline gelmesi gerekiyor. Her bir il ve ilçede zemin etütlerinin yapılması, mühendislik hizmetlerinin etkin bir şekilde yapıldığı konutların inşa edilmesi, Marmara depremi sonrası ülkemizde önemli hale gelen bütünleşik afet yönetiminin liyakat, yetkinlik, verimlilik gibi kriterler ön planda tutularak sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi bir zorunluluktur. Multidisipliner bir alan olarak afet yönetiminin başarılı olması için ülkemizde yaşayan her bir ferdin sorumluluğu bulunmaktadır. Ancak bu bilinçle hareket edersek afet risklerini azaltmayı ve krizleri yönetmeyi başarabiliriz.

Kaynakça

- AFAD. (2018). Türkiye deprem tehlike haritası. 15 Şubat 2022 tarihinde <https://deprem.afad.gov.tr/deprem-tehlike-haritasi>. adresinden erişildi.
- AFAD. (2023). 06 Şubat 2023 Pazarcık (Kahramanmaraş) Mw 7.7 Elbistan (Kahramanmaraş) Mw 7.6 depremlerine ilişkin ön değerlendirme raporu. 20 Şubat 2023 tarihinde https://deprem.afad.gov.tr/assets/pdf/Kahramanmaras%20%20Depremleri_%2000n%20Değerlendirme%20Raporu.pdf adresinde erişildi.
- AFAD. (2023). Kahramanmaraş'ta meydana gelen depremler hakkında. Basın bülteni-33. 20 Şubat 2023 tarihinde <https://www.afad.gov.tr/kahramanmarasta-meydana-gelen-depremler-hk-basin-bulteni-33> adresinden erişildi.
- AFAD. (2023). Kahramanmaraş-Pazarcık'ta meydana gelen deprem hk. – 5. 19 Şubat 2023 tarihinde <https://www.afad.gov.tr/kahramanmaras-pazarcikta-meydana-gelen-deprem-hk-basin-bulteni5> adresinden erişildi.
- Aktug, B., Ozener, H., Dogru, A., Sabuncu, A., Turgut, B., Halicioglu, K., Yilmaz, O. ve Havazli, E. (2016). Slip rates and seismic potential on the East Anatolian Fault System using an improved GPS velocity field. *Journal of Geodynamics*, 94-95, 1-12, 2016.
- Allen, C.R. (1969). Active faulting in northern Turkey. *Contribution 1577. Div. Geol. Sciences California Inst. Technology*, 32.
- Biricik, A. S. ve Korkmaz, H. (2001). Kahramanmaraş'ın depremselliği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (3), 53-82.
- Bulut, F., Bohnhoff, M., Eken, T., Janssen, C., Kılıç, T. & Dresen, G. (2012). The East Anatolian Fault Zone: Seismotectonic setting and spatiotemporal characteristics of seismicity based on precise earthquake locations. *Journal of Geophysical Research: Solid Earth*, 117(B7).
- Coppola, D.P. (2015). *Introduction to international disaster management*. Elsevier. USA.
- Coşkun, A. M. (2022). Kahramanmaraş ili özelinde hazırlanan il afet risk azaltma planı (İRAP) üzerine bir çalışma. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 276-295.
- Demirtaş, R., Erkmek, C. (2019). Doğu Anadolu fay sistemi deprem etkinliği, gelecek deprem potansiyeli, Researchgate.
- Dolmaz, M. N., Elitok, Ö., & Kalyoncuoglu, U. Y. (2008). Interpretation of low seismicity in the Eastern Anatolian collisional zone using geophysical (seismicity and aeromagnetic) and geological data. *Pure and Applied Geophysics*, 165, 311-330.
- Erenel, F. ve Caymaz, E. (2020). *Acil durum ve afet yönetimine güncel bir bakış*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Fahjan Y.M., Pakdamar F., Kara F.İ., Eryılmaz Y., Eravcı B., Baykal M., Yenilmez G., Yalçın D. ve Yanık K. (2015). Afet yönetiminde olası depremler için “AFAD-RED” hasar tahmin sistemi’nin kullanımı, 3. Türkiye Deprem Mühendisliği ve Sismoloji Konferansı, 14-16 Ekim 2015, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Genç, F. N. (2021). Afet yönetimi. Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.
- İmamoğlu, M. Ş. ve Çetin, E. (2007). Güneydoğu Anadolu bölgesi ve yakın yöresinin depremselliği. Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, (9), 93-103.
- Kadioğlu, M. (2003). Kentsel yerleşmelerde riski arttıran faktörler ve tali tehlikeler. Kentlerin depreme hazırlanması ve İstanbul gerçeği, İstanbul: Çizgi Basım Yayım Ltd.
- Karaağaç, D., Karaman, H. ve Aktuğ, B. (2019). Kahramanmaraş ve Adıyaman illerinin afetselliğinin incelenmesi ve mekânsal analiz teknikleriyle yerleşime uygun alanların belirlenmesi. Türk Deprem Araştırma Dergisi, 1(2), 123-133.
- Karaağaç, D., Karaman, H. ve Aktuğ, B. (2019). Coğrafi bilgi sistemleri ile Kahramanmaraş ilinin afetselliğinin incelenmesi. TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası, 17. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı, 25-27.
- Kartal, R. F., Kadiriöglü, F. T. ve Apak, A. (2014). Deprem aktivitesinin bölgenin neotektoniği ile ilişkisi. 67. Türkiye Jeoloji Kurultayı, 14-18 Nisan 2014, MTA Genel Müdürlüğü Kültür Sitesi, Ankara.
- KRDAE. (2021). Deprem kataloğu. 15 Şubat 2023 tarihinde <http://www.koeri.boun.edu.tr/sismo/zeqdb/> adresinden erişildi.
- Nalbant, S. S., McCloskey, J., Steacy, S. ve Barka, A. A. (2002). Stress accumulation and increased seismic risk in eastern Turkey. Earth and Planetary Science Letters, 195, 291–298.
- Paul, B. K. (2011). Environmental hazards and disaster: Contexts, perspectives, and management. UK: John Wiley & Sons.
- TİM. (2022). İhracat rakamları. 20 Şubat 2023 tarihinde <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari> adresinden erişildi.
- TÜİK. (2022). Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları, 2022. 20 Şubat 2023 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2022-49685> adresinden erişildi.
- TÜRKONFED. (2023). Afet ön değerlendirme durum raporu. 22 Şubat 2023 tarihinde <https://turkonfed.org/tr/detay/3937/2023-kahramanmaras-depremi-afet-on-degerlendirme-durum-raporu> adresinde erişildi.
- URL 1: <https://kahramanmaras.bel.tr/kesfedin/kahramanmarasin-cografyasi/> (2023).
- URL 2: <https://kahramanmaras.ktb.gov.tr/TR-142132/genel-bilgiler.html> (2023).
- URL 3: [https://cdn.iuc.edu.tr/FileHandler2.aspx?f=6-subat-2023-pazarcik-\(kahramanmaras\)-depremi-on-inceleme-raporu.pdf](https://cdn.iuc.edu.tr/FileHandler2.aspx?f=6-subat-2023-pazarcik-(kahramanmaras)-depremi-on-inceleme-raporu.pdf) (2023).

URL 4: <http://www.aym.sakarya.edu.tr/2023/02/07/6-subat-2023-gaziantep-mw7-7-ve-elbistan-mw7-5-depremleri-uzerine-bir-degerlendirme/> (2023).

URL 5: <https://www.csb.gov.tr/deprem-bolgelerinde-830-bin-783-binadaki-3-milyon-273-bin-605-bagimsiz-birimde-hasar-tespit-calismasi-yapildi-bakanlik-faaliyetleri-38439> (2023).

URL 6: <https://www.imo.org.tr/Eklenti/8172,imo-deprem-raporupdf.pdf?0> (2023).

5. Bölüm

Türkiye’de Yaşayan Çinlilerin Kültürel Etkileşimleri*

Elif Emre¹
Erdem Dirimeşe²

* Bu çalışma, ikinci yazarın danışmanlığında birinci yazar tarafından hazırlanan “Çinlilerin Türkiye’ye Uyum ve Gündelik Hayatta Türk Kültürü ile Etkileşimleri” başlıklı tez çalışmasından hareketle I. Sinoloji ve Çin Araştırmaları Sempozyumu’nda sunulan bildiriden üretilmiştir.

1 Bilim Uzmanı, elifemrea@gmail.com

2 Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü, erdemdirimese@gmail.com

GİRİŞ

Göç, tarihin başlangıcından bu yana toplumsal ve kültürel konfigürasyonlarda değişimler meydana getiren, sosyal hareketliği sağlayan, bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlığın ihtiyaçlarına göre gelişen teknolojiyle birlikte bireylerin veya kitlelerin, ülkelerinin idari sınırlarından ayrılarak farklı ülkelere göç etme ihtiyacı hissetmesinin ya da zorunlu göçe maruz kalmasının uluslararası anlamda göçe yeni bir boyut kazandırdığı söylenebilir. Uluslararası göçler; kaynak ülkeyi ve hedef ülkeyi etkilemekte, bu iki ülkenin diplomatik ilişkilerine ve göç politikalarına göre şekillenmektedir. Göç politikaları ile birlikte göçmenlerin; toplumsal ve hukuki olarak uymaları gereken kurallar belirtilmekte, göç ettikleri topluma daha kolay uyum sağlayabilmeleri ve yaşadıkları problemlerin minimum seviyeye indirilmesi için yönetmelikler hazırlanmaktadır. Göçmenler ailevi, sosyal, psikolojik, etnik, ekonomik vb. problemlerden dolayı ülkelerinden ayrılmakta, manevi değerlerini ve kültürel belleklerini göç ettikleri ülkeye götürmektedir.

Göç ile birlikte kültürel belleklerini ve davranış kalıplarını beraberinde getiren göçmenler; yeni kimlikler ve alışkanlık modelleri ile karşılaştığında gündelik hayatları değişime uğramaktadır. Böylece yeni sosyalleşme süreçleri ortaya çıkarmakta, baskın topluma uyum sağlamak ve kültürleşme meydana gelebilmektedir. Göçmenlerin baskın topluma uyum sağlayamaması ve gündelik hayatta baskın toplumla etkileşime geçememesi durumunda ise kültürel şokun meydana geldiği; göçmenler kendilerini toplumdan soyutladığı, topluma aidiyet duygusu geliştiremediği ve hibrit kimlik inşa edemediği söylenebilir. Dolayısıyla göç kararı alma ve göç etme süreci, içerisinde birtakım belirsizlikleri ve riskleri taşımaktadır. Bunu göze alabilen göçmenler, gittikleri ülkeye entegre olma ve uyum sağlama çabası içerisine girmektedir. Ayrıca bu durumda göçmenlerin sağlık, eğitim, barınma, sosyal aktivite gibi imkânlarla erişimde problem yaşayıp yaşamadıkları sorusu gündeme gelmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada göçmen Çinlilerin Türkiye'ye göçü sosyo-kültürel açıdan ele alınmaktadır.

Türkiye son zamanlarda farklı ülkelere göç almaktadır. Türkiye'nin göç aldığı ülkelere bir tanesi de Çin Halk Cumhuriyeti'dir. Türkiye ile Çin Halk Cumhuriyeti uzun yıllar boyunca diplomatik ilişkilerini sürdürmeye devam eden ve birbirinden farklı sosyal, kültürel ve siyasal yapılara sahip iki ülke konumundadır. Çin, kendi kimliğini ve kültürünü tarih boyunca koruyan ve aynı zamanda hızlı bir şekilde gelişen yapıya sahiptir. Çinlilerin, Türkiye'ye göç etmesinde, eğitim, istihdam ve teşvik programlarının çekici faktörler oluşturduğu söylenebilir. Türkiye'de yaşayan ve sayıları 20.000'i bulan Çinlilerin, toplumsal alanda görünür olmadıkları, genellikle inşaat ve tekstil işlerinde çalıştıkları ve iş yerlerinde yattıkları belirtilmektedir (Dünya Bülteni, 2010). Çinlilerin göç

sürecinde yaşadığı psikolojik ve maddi sorunlar, yanında getirdikleri kültürel bellekleri, baskın toplumla gündelik hayatta etkileşime geçmelerini ve kültürlenme stratejilerini etkilemektedir.

Bu çalışmada Türkiye'ye göç eden Çinlilerin; göç etmeden önce yaşadıkları korkular, hedef ülke olarak Türkiye'yi seçme nedenleri, Türkiye'ye ve Türkler ile olan ilişkilerine uyum sağlama düzeyleri, Türkiye'de karşılaştıkları problemler, Türklere karşı bakış açıları ve Türk kültüründen etkilenme düzeyleri incelenmektedir. Bu doğrultuda, öncelikle araştırmanın metodolojik bilgilerine; ikinci başlıkta araştırmanın teorik çerçevesini oluşturan göç kuramları, kimlik, göç politikaları, kültürlenme ve kültürleşme stratejilerine; üçüncü başlıkta ise araştırmaya ait bulgulara yer verilmektedir. Son olarak sonuç bölümünde daha sonra yapılacak diğer çalışmalara yönelik öneriler paylaşılmaktadır.

1. METODOLOJİ

1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Türkiye farklı ülkelere gelen göçmenlere ev sahipliği yapmaktadır. Bu göçmen gruplardan bir tanesini de Çinliler oluşturmaktadır. Bu çalışmada Türkiye'de yaşayan Çinli göçmenler ele alınmıştır. Araştırmada, Çinlilerin hedef ülke olarak neden Türkiye'yi seçtikleri, farklı kimlik ve kültürlere sahip iki grubun birbirine karşı bakış açıları, Çinlilerin Türkiye'ye gelmeden önce yaşadıkları korkuları ve beklentileri, gündelik hayatta baskın toplum ile etkileşimleri ve Türk kültüründen etkilenme düzeyleri incelenmiştir. Bu çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda Çinlilerin baskın toplumdaki yerini, sosyo-kültürel ilişkilerini ve yaşadıkları problemleri çözmek için gerekli verilerin sağlanması amaçlanmıştır.

Bu çalışma Çinlilerin, hedef ülke olarak Türkiye'yi seçmesini, Türkiye'ye uyum sağlama ve Türk kültüründen etkilenme düzeylerini derinlemesine inceleyen başka veri olmaması nedeniyle önemli görülebilir. Dolayısıyla bu çalışmanın özgün bir değere sahip olduğu ve literatürde var olan eksikliğin giderilmesi için katkı sağlayabileceği söylenebilir.

1.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma 2019-2021 yılları ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın pandemi (Covid-19) dönemine denk gelmesi nedeniyle mülakatlar çevrimiçi (online) olarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca bazı katılımcıların Türkçe bilmemesi nedeniyle mülakatlar, tercüman aracılığı ile gerçekleştirilmiştir.

1.3. Araştırmanın Yöntem ve Teknikleri

Bu araştırmada, nitel araştırma yöntemi ve mülakat tekniği kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan mülakat tekniğine göre bağımlı ve bağımsız değişkenli sorular oluşturulmuştur. Göç, kimlik ve kültürleşmeye ilişkin bilgiler araştırmanın bağımlı değişkenli sorularını oluştururken; cinsiyet, yaş, meslek, din, medeni ve ekonomik durum bilgileri ise araştırmanın bağımsız değişkenli sorularını oluşturmuştur. Ayrıca araştırmanın uygulanması için gerekli birimlerden izinler alınmıştır.

1.4. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan Çinliler oluşturmuştur. Çinlilerin; geldikleri kaynak ülkenin ile aynı kimliğe sahip olmaları, aynı değerleri, inançları ve kültürü paylaşmaları, davranış ve yaşam tarzlarının benzer olması, onları Türkiye’de bir grup olarak ele almamıza olanak sağlamıştır. Bu doğrultuda örneklem grubunu 15 Çinli katılımcı ve Çinlilerle ilişkisi bulunan 5 kurum (Wumar Limitet Şirketi, Buceti Tercüme ve Danışmanlık Limitet Şirketi, Türk-Çin Kültür Derneği, Türk-Çin Dostluk Vakfı ve enerji alanındaki özel bir şirket) oluşturmuştur. Örneklem grubundaki katılımcılara ve kurumlara, amaçlı örneklem, kartopu örnekleme modeliyle ulaşılmıştır. Bu örnekleme modeli derinlemesine analiz yapmamıza imkân sağlamıştır. Örneklem grubundaki katılımcı ile kurumların, uygulanan yarı-yapılandırılmış mülakat formunda yer alan soruları samimiyetle cevapladıkları varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Veri Toplama Süreci ve Veri Analizi

Araştırmanın veri toplama sürecinde; gözlem yapılmış ve kaynak kişilere ulaşılarak Çinlilerin Türkiye’de yaşadıkları konulara ve problemlerine dair bilgiler elde edilmiştir. Ayrıca kaynak kişilerle yapılan görüşmelerde Çinlilerin; çekimsiz ve mesafeli bir yapıya sahip oldukları, tanımadıkları insanlarla genel bilgilerini bile paylaşmak istemedikleri öğrenilmiştir. Dolayısıyla yarı-yapılandırılmış mülakat formunun hazırlanması ve veri toplama aşaması, kaynak kişilerin verdikleri bu bilgilere dikkat edilerek gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen verileri çözümlmek için içerik analizi tekniği; sosyo-demografik verilerin çözümlenmesi için Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) programının 26. sürümünde frekans analizi tekniği kullanılmıştır.

2. Kavramsal ve Teorik Çerçeve

2.1. Göç Olgusu

Göç olgusu, tarihten beri toplumsal yapıyı ve insanların gündelik yaşamlarını derinden etkileyen, aynı zamanda kültürel değişimleri içerisinde barındıran mekânsal yer değiştirmeler olarak ifade edilebilir (Çağlar, 2018, s. 30). Günümüzde göç kavramının tanımı sosyoloji, siyaset, coğrafya, kültür gibi farklı disiplinlere göre değişiklik göstermektedir. Giddens ve Sutton, göç kavramını; insanların bir bölgeden diğerine olan hareketi olarak belirtip göçün yaygınlaştığını ve sıradan bir olay haline geldiğini söylemişlerdir (Giddens & Sutton, 2014, s. 109).

Yalçın, göçün sosyolojik incelenmesinin uzun bir geçmişe sahip olmadığını ve sosyolojik boyutlarının yanında kültürel farklılıkların da ele alınması gerektiğini belirtmiştir (Yalçın, 2004, s. 3-4). Göç alan ülkelerde yaşayan farklı sosyolojik ve kültürel özelliklere sahip insanlar doğdukları ülkelerin dışında yeni bir iş imkânı, yaşam alanı, güvenli bir yer aramaya başlamış ve bu durum insanların bir arada yaşamasına olanak sağlamıştır. Dolayısıyla toplumsal yapı yeniden şekillenmeye başlamıştır (Castles&Miller, 2008, s. 6). İnsanların sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomi gibi nedenlerle göç etmesinin farklı göç türlerini ortaya çıkardığı söylenebilir.

Göçmenlerin sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik nedenlerle bireysel veya birincil derecede yakınlarıyla verdikleri göç etme kararı “bireysel göç”; belirli grupların veya toplulukların çeşitli sebeplerle mekânsal yer değiştirmeleri ise “toplu göç” olarak ifade edilmektedir. Göçmenlerin kendi isteği doğrultusunda yaptığı göçler “isteğe bağlı göç”; kendi isteği dışında veya başka nedenlerden dolayı gerçekleşen göçler “zorunlu göç” olarak tanımlanmaktadır. Zaman bakımından göçlere bakıldığında, bu göçler geri dönüşün yapıldığı veya yapılmadığı durumları içerir. Göçmenlerin buldukları yeri terk edip başka bir yere göç etmeleri ve göç ettikleri yerde kalmaları “kesin göç” olarak adlandırılmaktadır. “Geçici göç” ise göçmenlerin yaşadığı yeri belirli bir süreliğine terk etmesi olarak nitelendirilir. Diğer bir göç türü ise mesafeye göre göçtür. Ülke sınırları içerisinde yapılan göç hareketi “iç göç”; ülkenin idari sınırları dışında yapılan ve nispeten daha uzun mesafeli göç hareketi “dış göç” olarak belirtilmektedir (Akıncı, Nergiz&Gedik, 2015, s. 62). Dolayısıyla Çinlilerin, eğitim, iş, savaş gibi nedenlerle Türkiye’ye göç etmesi de dış göç olarak tanımlanabilir.

2.2. Göç Nedenleri

İnsanlar rasyonel olarak bir yerden bire yere göç etme kararı alırken ailevi veya psikolojik olarak yaşadığı problemlerden, buldukları ülkede kendilerini

güvende hissetmemelerinden, sağlık, eğitim, barınma gibi temel ihtiyaçlara erişimde yaşanan problemlerden etkilenmektedir. İnsanların, zamana ve mekâna bağlı olarak yaşadığı bu dezavantajlı durumları değiştirmek için yeni bir yaşam alanı aramaları, göçün nedenlerinin doğal etkenler, sosyo-ekonomik faktörler ve sosyo-kültürel faktörler olarak üç başlık altında incelenmesini mümkün kılmaktadır.

Doğal Etkenler: İlkel göç süreçlerinde salgın hastalıklar, kıtlık, iklim değişikliği, doğal afetler gibi sorunlar doğa koşullarının hızlı ve yıkıcı etkisini ortaya çıkarmakta ve insanların yaşamını derinden etkilemektedir (Göker, 2015, s. 40-41). **Sosyo-ekonomik Faktörler:** İnsanların istihdama katılma biçimleri ve aldıkları ücret, ekonominin belirleyicileri olarak görülmekte ve göçün en önemli faktörü olarak belirtilmektedir (Özyakışır, 2013, s. 15). Göçmenlerin yaşadıkları ülkedeki iş durumu ve gelirlerinin düşük olması, yaşam standartlarını etkileyebilmektedir. Bu durumda göçmenler, kendilerinin veya ailelerinin yaşamlarını devam ettirmek için gerekli olan geçim kaynaklarını sağlayabilecekleri, refah düzeyi yüksek olan, ülkelere göç etme kararı alabilmektedir. **Sosyo-kültürel Faktörler:** Göç ile birlikte farklı inançlara, değerlere, geleneklere, davranış kalıplarına sahip iki grup, karşılıklı etkileşim içerisine girmekte; kültürel zenginleşme ve toplumsal değişim meydana gelmektedir. Farklı sosyo-kültürel özelliklerin belirgin olması, göçmenlerin toplumsal yapıya uyumunu zorlaştırmaktadır (Tümtaş&Ergun, 2016, s. 1352). Uyum sağlayamayan göçmenler kültürel şok yaşayabilmektedir.

Çinlilerin, Türkiye'ye göç etmeleri sürecinde; ulaşım, maliyet, psikolojik olarak hazırbulunuşluk, kültürel değişim ve etkileşim gibi sosyo-kültürel faktörlerde yaşanması mümkün olabilecek riskleri göze almaları gerekmektedir. Çinlilerin rasyonel olarak verdikleri göç kararı, beklentilerini şekillendirmektedir. Ayrıca Çinlilerin Türkiye'de barınma, sağlık, eğitim, güvenlik gibi temel ihtiyaçlara erişimde problemler yaşadığı söylenebilir.

2.3. Göç Kuramları

Literatürde göçe ilişkin farklı kuramlar ve görüşler yer almaktadır. Bu araştırmada göç kuramları; temel kuramlar, ekonomik temelli göç kuramları ve sosyo-kültürel göç kuramları olmak üzere üç başlık altında ele alınmaktadır.

Temel kuramlardan ilki, göç konusunda ilk çalışma olan Ravenstein (Göç Kanunları) tarafından yapılmıştır. Ravenstein göç olgusunu basamaklı bir şekilde ilerleyen 7 madde ile açıklamaktadır. Bu maddeler; göç ve mesafe, göç ve basamakları, yayılma ve emme süreci, göç zincirleri, doğrudan göç, kır-kent yerleşimcileri farkı ve kadın-erkek farkıdır (Adıgüzel, 2019, s. 24-27). Göç kanunları, insanların iyi yaşama arzusu nedeniyle dalgalar şeklinde sanayileşmiş

bölgelere doğru gerçekleştirdikleri göç hareketliliği olarak ifade edilebilir. Temel kuramlardan ikincisi olan Everett Lee'nin Göç Kuramı, hem göç hareketliliğini hem de göçmeni ele alan önemli bir argümandır. Lee, Göç Teorisi (A Theory of Migration) adlı makalesinde göçe ait bireylerin yaşadığı yerden göç etmesine neden olan sebepleri itici (push) faktörler ve gidilecek olan ülkeyi hedef haline getirmelerini çekici (pull) faktörler olarak açıklamaktadır. İtici ve çekici faktörler kişiden kişiye değişiklik gösterebilmektedir. Ayrıca göç sırasında meydana gelen mikro ve makro faktörler, göç sürecinde araya giren engeller olarak belirtilmektedir (Lee, 1966, s. 50-52). Temel kuramların sonuncusunda Petersen, iç ve dış göçün analizlerini Göç Tipolojisi'nde (A General Typology of Migration) bir araya getirmiştir. Petersen sosyolojik açıdan 5 önemli göç tipinden bahsetmektedir. Bunlar sırasıyla; ilkel göç, zorunlu göç ve yönetilmiş göç, serbest göç ve kitlesel göçtür. İlkel göç, ekolojik baskıdan kaynaklanan göç olarak tanımlanmaktadır. Zorunlu göçte göçmenler kendi istekleri doğrultusunda buldukları bölgeden ayrılıp ayrılmamaya karar verememektedir. Fakat yönetilmiş göç tipinde göçmenler, göçe özendirilmekte ve kısmen de olsa göç kararını kendileri verebilmektedir. Serbest göçleri belirleyen önemli neden bireyin kendi iradesi ile gerçekleştirilmesidir (Petersen, 1958, s. 259-263). Dolayısıyla temel kuramlar açısından Çinlilerin Türkiye'ye göçüne bakıldığında; Çinlilerin daha iyi yaşama arzusu nedeniyle uzun mesafeli ve doğrudan göç etmeleri "Ravenstein'in göç kanunları" altında değerlendirilebilir. Lee'nin teorisine göre ise Çinlilerin ülkelerinde kendini güvende hissedememeleri, düşük ücret almaları, eğitim imkânlarının kısıtlılığı gibi nedenlerin itici faktörleri oluşturduğu; Türkiye'nin ise istihdam, eğitim, doğal güzellikler gibi nedenlerle çekici faktörler oluşturduğu söylenebilir. Ayrıca Çinlilerin Türkiye'ye göç sürecinde yaşadığı belirsizlikler, ulaşım maliyetleri mikro faktörler olarak nitelendirilebilir. "Petersen'in göç tipolojisine" göre ise Çinlilerin kendi kararları ile Türkiye'ye gelmeleri serbest göç tipi olarak ifade edilebilir.

Ekonomik temeli göç kuramlarının ilki olan neo-klasik ekonomi kuramının iki boyutu bulunmaktadır. Neo-klasik makroekonomi kuramı sermayenin ve emeğin coğrafi bölgelere eşitsiz bir şekilde dağılmasını incelemektedir (Adıgüzel, 2019, s. 30). Neo-klasik mikro ekonomi kuramında ise bireyler fayda-maliyet hesaplaması yaparak göç kararı almaktadır. Buradaki maliyet kavramı barınma ve ulaşım açısından ele alındığında maddi; baskın kültüre uyumu, dil öğrenmesi açısından ele alındığında psikolojik olarak değerlendirilmektedir (Sirkeci & Göktuna Yaylacı, 2019, s. 22). Ekonomik temelli göç kuramlarından ikincisi yeni ekonomi kuramıdır. Bu kurama göre bireyin, ailesine para transferi gerçekleştirmesi ve ailedeki göçsüzlük durumunun hesaba katarak göç kararı alması "hesaplanmış strateji" olarak belirtilmektedir. Ayrıca göç davranışlarının

bireylerin beceri düzeylerine göre de değişiklik gösterdiği ifade edilmektedir (Stark&Bloom, 1985, s. 173-176). Ekonomik temelli göç kuramlarından sonuncusu ise Piore tarafından geliştirilen ikiye bölünmüş emek piyasası kuramıdır. Bu kurama göre gelişmiş ülkeler sürekli olarak çalışacak, düşük ücretli iş gücüne ihtiyaç duymakta ve iki sektör ortaya çıkmaktadır. Sermayenin yoğun olduğu birinci sektörde yer alan yerli işçiler, yüksek ücretli ve vasıflı kişiler olarak görülmektedir. Emegın yoğun olduğu ikinci sektörde ise düşük ücretli ve vasıfsız göçmen işçiler yer almaktadır (Abadan-Unat, 2017, s. 58-60). Sonuç olarak ekonomik temelli göç kuramları açısından Çinlilerin Türkiye'ye göçüne bakıldığında; sermaye ve emegın eşit biçimde dağıtılmaması Çinlilerin ulaşım, kültürel uyum gibi fayda-maliyet hesapları yapmalarına neden olabilir. Ayrıca Çinlilerin donanımlı ve vasıflı olmaları, Türkiye'de iş bulmalarını etkileyebilir. Yeni ekonomi kuramına göre istihdam sağlamak için Türkiye'ye gelen Çinlilerin, Çin'de yaşayan ailelerinin geçimlerini sağlamak için para transferi yaptıkları söylenebilir. Bu durum Çinlilerin göç kararını bireysel olarak almadıklarının göstergesi olarak nitelendirilebilir. Türkiye'de gelişmiş bir ülke olan Çin'e göre daha fazla ücret verilmesi ve Çinlilerin Türkiye'de vasıflı ve donanımlı konumda bulunmaları ikiye bölünmüş emek piyasasında yer alan emek ve sermaye ilişkilerinin değişikliğe uğraması olarak değerlendirilebilir.

Sosyo-kültürel göç kuramlarında; denge kuramı, merkez-çevre kuramı, ilişkiler ağı (network) kuramı ve göç sistemleri kuramı olmak üzere 4 kurama değinilmektedir. Denge kuramı; gelişmemiş ülkelerden gelişmiş ülkelere gerçekleştirilen iş gücü transferi sonucunda yeni iş gücü alanlarının oluşturulması ve bölgeler arasındaki dengesizlikler giderilerek bütünleştirme sürecinin meydana olarak gelmesidir (Harris&Todaro, 1970, s. 126-137). Merkez-çevre kuramı; az gelişmiş ülkelere sızılarak hammaddenin ve bağımlı iş gücü göçlerinin gelişmiş ülkelere aktarılması olarak tanımlanmaktadır. (Güllüpnar, 2012, s. 67). İlişkiler ağı kuramı; göçmenlerin aileleriyle, arkadaşlarıyla ve diğer göçmenlerle sosyal ağlar oluşturması ve göç sürecindeki problemleri minimum seviyeye indirmesi olarak ifade edilebilir. Göçmenler ağları, insanları kaynak ve hedef ülkede birbirine bağlayan, ortak kökenli ağlar olarak tanımlamaktadır (Castles, Haas&Miller, 2014, s. 39-40). Göç sistemleri kuramı; göç alan ve göç veren iki ülke arasındaki siyasal, kültürel ve ekonomik bağları ortaya çıkarmakta, karşılıklı göçmen ilişkilerini ve transferlerini açıklamaktadır (İçduygu, Erder&Gençkaya, 2014, s. 39-40). Sonuç olarak sosyo-kültürel göç kuramları açısından Çinlilerin Türkiye'ye göçünün, gelişmiş ülkeden gelişmekte olan ülkeye doğru gerçekleştiği görülmektedir. Denge kuramına göre Türkiye'de Çin ile işbirliği yapılarak yeni iş gücü alanlarının oluşturulduğu söylenebilir. Bakıldığında, göçmenlerin gelişmekte olan Türkiye'ye aktarılması ve sızma yöntemi ile iş gücü

göçlerinin ortaya çıkması merkez-çevre kuramı altında değerlendirilebilir. Türkiye'nin ithalatının büyük bir kısmı Çin tarafından karşılanmaktadır. Bu durum, bağımlılığın inşası olarak görülebilir. İlişkiler ağı kuramına göre Çinlilerin, Türkiye'ye göç etmeden önce kendi ülkelerinde sosyal ağlar geliştirdikleri ve Türkiye'de de bu ağları sürdürmeye devam ettikleri söylenebilir. Dolayısıyla Türkiye'nin toplumsal ve kültürel yapısı, uyum süreci ve göç maliyeti hakkında önceki göçmenlerden bilgiler edinen Çinliler, yaşayabilecekleri problemleri minimum seviyeye indirebilmektedir. Son olarak göç sistemleri kuramına göre Çin ile Türkiye arasındaki bağların tarihsel zamanlara dayandığı ve iki ülkenin ilişkilerinin karşılıklı göç hareketini etkilediği söylenebilir. Bu durumda Çinlilerin enformel ağlar oluşturdukları görülebilir.

2.4. Göç Politikaları

Küreselleşmenin etkisiyle artan göçlerin kontrol altına alınabilmesi için uluslararası ve ulusal olarak yasa ve yönetmelikler oluşturulmaktadır. Yasal ve yasal olmayan göçler karşısında; uluslararası geçerliliği olan politikalar dışında, göç alan ve göç veren ülkeler de göçmenlere karşı çözüm üretmek amacıyla çeşitli ulusal politikalar geliştirmektedir. Dolayısıyla göç politikalarından en çok etkilenen kişi, göçmenin kendisi olduğu söylenebilir.

Ulus-devlet anlayışı ile birlikte yabancıların, ulusal egemenlik karşısında tehdit oluşturduğu düşüncesiyle etnik kıyım, sürgün ve asimilasyon gibi politikaların ortaya çıktığı belirtilmektedir. Soğuk Savaş yıllarında hedef ülkelerde oluşan etnik çeşitlilik sonucunda asimilasyon, entegrasyon ve çok-kültürlülük politikaları uygulandığı belirtilmiştir (Kutlu&Kahraman, 2018, s. 326). Soğuk Savaş dönemi sonrasında Çin'in Doğu ve Batı Çin denizlerinde hak iddia eden bir kanun çıkarmasının "Çin tehdidi" söylemine yol açtığı; Amerikan ve Çin kimliklerinin yeniden şekillendiği ifade edilmektedir (Çoban Oran, 2018, s. 318). Dolayısıyla uluslararası ilişkilerin kimlik üzerinden şekillendiği; göçmenlere yönelik gerçekleştirilen asimilasyon, entegrasyon gibi politikaların baskın toplum ile göçmenler arasındaki uyumu da etkilediği ifade edilebilir.

Uluslararası göçlerde devletler, göçmenlerin uyumu ve entegrasyonu üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Uyumun sağlık, eğitim, kültür, emek gibi farklı boyutları bulunmaktadır. Uyumun sadece bir boyutunun ele alınması diğer boyutlarda problemler meydana gelmesine neden olabilmektedir (Canbey Özgüler, 2018, s. 1-3). Avrupa Birliği ve aday ülkeler geliştirilen Göçmen Uyum Politikası İndeksi MIPEX (Migrant Integration Policy Index) ile göçmenlerin eğitim, sağlık, iş gücü piyasası hareketliliği, siyasi katılım ve ayrımcılığın engellenmesi gibi konulardaki entegrasyon performanslarını incelemektedir (Taştan, İrdem&Özkaya, 2018, s. 7-8).

Türkiye'nin göç alan bir transit ülke konumunda olması göç kimliğinin ve politikalarının şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır. Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne uyum süreci ile birlikte göç politikaları belirgin hale gelmiş ve uluslararası iş birliğinde gelişmeler yaşanmıştır (Aktel&Kaygısız, 2018, s. 593). 2008 yılında İçişleri Bakanlığı tarafından göçmenlerin yükümlülükleri ile ilgili yasal düzenlemeleri yapmak için büro kurulmuş, yasadışı göçle müdacele için "Yasadışı Göçle Mücadele Koordinasyon Kurulu" oluşturulmuş ve göç yönetimi konusunda yeni adımlar atılmıştır (Demirhan&Aslan, 2015, s. 42). 2013 yılında ise "Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu" kabul edilmiştir. Bu kanun yabancıların Türkiye'ye girişlerini ve uyumlarını ele alan maddeleri* içermektedir (Yabancı ve Uluslararası Koruma Kanunu (YUKK), 2013).

Sonuç olarak Türkiye'de farklı dönemlerde farklı göç politikaları oluşturulduğu görülmektedir. Göç politikalarının; yasal olarak Türkiye'de yaşayan göçmenlerin, can ve mal güvenliğini sağlamak ve topluma uyumlarını kolaylaştırmak için düzenlendiği söylenebilir. Bu durumda Türkiye'de yaşayan Çinlilerin; burada yaşamlarını devam ettirebilmeleri için yasal yollardan Türkiye'ye giriş yapmaları, geliş amaçlarına bağlı olarak gerekli ikamet ve çalışma izinlerini almaları gerekmektedir. 2016 yılında Çin ile Türkiye arasında "Hükümetler Arası İşbirliği Komitesi" toplantısı yapılmış ve toplantıda iki ülke arasındaki ekonomik, kültürel ve sosyal alanlarda gerçekleştirilen işbirliğinin hızlandırılması gerektiği vurgulanmıştır (Temiz, 2016, s. 503). Bu durum Çinliler ile Türklerin kültürel etkileşiminin sağlanması ve göç teşviki açısından bir adım olarak görülebilir. Çinlilerin Türkiye'ye uyumunun ve gündelik hayatta Türkler ile etkileşiminin artması için entegre politikalarının oluşturulması ve sosyal faaliyetlerin düzenlenmesinin yararlı olacağı söylenebilir.

2.5. Kimlik

Göç ve kimlik, dinamik yapıya sahip olan toplumsal süreçlerin bir ürünü olan ve insanların gündelik hayat biçimlerini etkileyen iki kavramdır. Göç eden bireylerin kimliklerinin farklı olmasının, "biz" ve "onlar" ayrımını ortaya çıkardığı söylenebilir. Göçmenler baskın toplum tarafından "yabancı" ve "öteki" olarak nitelendirildiklerinde gündelik hayattaki rollerini yerine getirememekte ve baskın toplumla etkileşime geçmekte zorlanabilir. Göçmenler kimlikleri ile kabul edildiğinde ve baskın toplumla gündelik hayatta etkileşime geçtiklerinde aidiyet duygusu geliştirebilmektedir.

Giddens ve Sutton, kimlik kavramını "bir insanın kişiliğini ya da bir grubun niteliğini belirleyen, benlik algılarıyla ilişkili ayırt edici özellikler" olarak ifade

* Kanun'un 1. ve 96. Maddeleri

etmektedir. Birincil kimlikler sosyal yaşamımızın erken dönemlerinde şekillenen unsurları kapsamaktadır. İkincil kimlikler ise sosyal yaşamımızı belirleyen rolleri içermektedir. Kimlikler, kişilerin sosyal yaşamında yeni roller edinmesiyle değişiklik gösterebilmektedir. Bireysel kimlik bizim diğerlerinden farkımızı ortaya koyarken, kolektif kimlik diğerleriyle olan benzerliklerimizi ortaya koymaktadır (Giddens&Sutton, 2014, s. 265-266).

Bireylerin göç ettikten sonra farklı insanlarla karşılaşmaları hem dil, gelenek-görenek ve kültürel kimliklerin kaybetme korkusunu öne çıkarmakta hem de kimliklerin yeniden şekillendirilmesine olanak sağlamaktadır (Chambers, 2019, s. 43-45). Dolayısıyla bireylerin kimlikleri ve davranış kalıpları, üye oldukları gruplara ve içinde yaşadıkları topluma göre değişebilmektedir. Bu durumda, kişilerin akışkan kimlikleri ortaya çıktığı söylenebilir.

Türkiye'ye göç eden Çinlilerin fiziksel yapıları, etnik kökenleri, ideolojileri, yaşam tarzları, dil ve kültürleri kendi kimliklerinin yansıması olarak ifade edilebilir. Bu bakımdan Çinlilerin, Türk kimliğinden ve toplumundan farklı olmaları; “biz” ile “onlar” arasındaki ayrımı yapmalarını, kendi kimliklerinin bilincinde olmalarını ve bunu içselleştirmelerini sağlamaktadır. Çinlilerin, yeni bir ortamda Türk kimliği ile karşılaşmaları; dillerini, alıştukları toplumsal normları ve değerleri, kültürlerini kaybetmekten korkmalarına neden olabilir. Çinlilerin kendi ülkelerinde hayatlarını devam ettirdikleri birincil kimliklerini Türkiye’de de devam ettirdikleri söylenebilir. İkincil kimliklerde ise yeniden sosyalleşme süreci ile birlikte değişimler meydana geldiği ifade edilebilir. Örneğin; Türkiye’de yaşayan Çinlilerin, baskın toplumla iletişime geçerken kendi isimleri yerine Türkçe bir isim seçtikleri gözlemlenmiştir. Bu durum, Çinlilerin topluma uyum sağlamaya çalıştıklarını ve kendilerine yeni kimlikler oluşturduklarının göstergesi sayılabilir. Bu çalışmada Çinlilerin kimlikleri; kültürel kimlik, milli (ulusal) kimlik, etnik kimlik, dini kimlik ve hibrit (melez) kimlik kuramları altında değerlendirilmiştir.

2.5.1. Kültürel Kimlik

İnsanların yaşam biçimleri doğdukları andan itibaren içerisinde buldukları kültüre; coğrafi konuma, değerlere, dile, simgelere, inançlara, örf ve adetlere göre şekillenmektedir. Toplumdan topluma değişen kültürel özellikler farklı kültürel kodların ve kimliklerin oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Tural, yirmiye bölünmüş bir daireden on sekiz tanesinin cinsiyet, yaş, sosyal ve ekonomik gibi ayrı sosyal hayatı içerdiğini ve bunların insanları birbirinden ayıran kültürel birikimler sonucunda meydana geldiğini belirtmektedir (Tural, 1991, s. 13-15). Bireylerin yeni bir ülkeye göç etmesiyle birlikte kültürel

birikimler kişinin yaşama tutunma noktası olabilmekte veya kişiyi değişime uğratabilmektedir.

Göçmenler göç ettikleri ülkede kültürel, dini ve siyasal faaliyetlerde bulunmakta, kendi ülkeleri ile yaşadıkları ülke arasında köprü kurmaktadır (Bayraktar, 2013, s. 35). Türkiye'ye göç eden Çinlilerin de Türkiye'de sosyal ve kültürel faaliyetlerde buldukları; Çin'de Türk kültürünü, Türkiye'de ise Çin kültürünü tanıttıkları ve iki ülke arasında köprü kurdukları söylenebilir. Kültürel kimliklerin coğrafi bölgelere ve toplumlara göre farklılıklar göstermesi; Çinlilerin mutfak kültürlerinin, mimari yapılarının, giyim tarzlarının, dillerinin Türk kültüründen farklı olması üzerinden okunabilir. Çin ile Türk kültürü; çay kültürü, aile yapısı, bazı düğün ve ölüm ritüelleri açısından benzerlik göstermektedir. Dolayısıyla Çinlilerin bu benzerlikler üzerinden Türk kültürüne daha kolay uyum sağlayabileceği söylenebilir. Ayrıca son zamanlarda dünyayı etkisi altına alan Covid-19 virüsünün Çin'de ortaya çıkması, Çin'in kültürel değerlerinin farklı toplumlarda sorgulanmasına neden olmuştur.

2.5.2. Milli (Ulusal) Kimlik

Gilroy milli kimliği; din, dil, etnik kimlik gibi farklılıkları göz ardı eden ve baskın gruba göre şekillenen ortak bir kültüre ait olma durumu olarak tanımlamaktadır (Cerrah, 2018, s. 28-29). Elias'a göre milli kimlik "biz" olarak tanımladıkları gruba duydukları sevgiyi ifade etmektedir. Bu durumda kişiler öz farkındalık kazanmakta ve ötekiler ile arasındaki ayrımı açıkça görebilmektedir (Vatandaş, 2010, s. 24-26).

Türkiye'ye göç eden Çinlilerin uzun yıllar süren kültürel ve tarihsel birikime sahip oldukları bilinmektedir. Günümüzde Çin'in, kendi ülkelerinin vatandaşlarını göçmen olarak kabul eden ülkelere önem verdiği belirtilmektedir. Ayrıca Çin, farklı ülkelerde Çin dilini ve kültürünü yaygınlaştırmak için "Konfüçyüs Enstitüleri" açmaktadır (Erman, 2019, s. 7-13). Buradan anlaşılacağı gibi milli kimliğin en önemli unsurlarından bir tanesi dildir. Türkiye'ye göç eden Çinlilerin Türkçe bilmemeleri baskın toplumla etkileşime geçememelerine, Türkiye'ye uyum sağlayamamalarına ve aidiyet duygusu inşa edememelerine neden olabilmektedir. Çinlilerin ülkelere aidiyet duygusu hissetmeleri ve ülkelere ait öz farkındalık oluşturmaları, Türkiye'ye geldiklerinde, kendilerini, ilk önce "Çinli" milli kimliğiyle tanıtmalarından anlaşılabilir.

2.5.3. Etnik Kimlik

Dünyada tarihten bu yana insanlık etnik kimliklerin farklı olması nedeniyle problemler yaşamıştır. Farklı etnik kimliklere sahip göçmenler, göç ettikleri ülkede azınlık grup olarak nitelendirilmekte, dışlanmaya maruz kalabilmektedir.

Smith, etnik grubu “soya ait mitlerin rolünü ve tarihi anıları vurgulayan, din, gelenek, dil ya da kurumlar gibi bir veya birden fazla kültürel farklılığa göre tanınan ve ayırt edilebilen kolektif bir tip” olarak tanımlamaktadır. Bireyin durumu değiştiğinde etnik grupları da değişebilmektedir (Smith, 1994, s. 41). Etnik kimliklerin değişmesi, diğer etnik kimliklere ve sunulan imkanlara bağlıdır. Sosyal aktörlerin, farklı etnik gruplara önem vermemesi durumunda toplumsal örgütlenme inşa edilememektedir. Dolayısıyla toplumsal yapının, etnik grupların birbirleriyle arasındaki bağa göre şekillendiği söylenebilir (Barth, 2001, s. 21-28). Türkiye, içerisinde farklı etnik grupları barındıran toplumsal bir yapıya sahiptir. Türkiye’deki etnik gruplardan birini de Çinliler oluşturmaktadır. Çinliler, burada farklı gruplarla iletişime geçmekte fakat kendi etnik kimliklerini izole etmeye devam etmektedir.

2.5.4. Dini Kimlik

Dini kimliğin kişinin dünyasını anlamlandırması, ahlaki değerlerin oluşması gibi bireysel ve sosyal olarak birçok işlevi bulunmaktadır. Rousseau, din ve toplum ilişkisinde dini özelliklerin ikiye ayrıldığını belirtmektedir. Bunlardan ilki, kişinin salt ibadetlerini içeren “insanın dini”dir. İkincisi ise belli bir ülkeye ait, tapınakları ve törenleri olan “yurttaşın dini”dir (Rousseau, 2014, s. 200). Belirli bir dine inanan insanların ibadetlerini yerine getirmesi dini kimliğin bireysel işlevleri; aynı dine mensup olan insanlarla birlikte hareket etmeleri ve grup oluşturmaları ise sosyal işlevleri olarak tanımlanabilir. Fakat Türkiye’de Budizm tapınaklarının bulunmaması, Çinlilerin dini inançlarının gereği olan ibadetlerini yerine getirmeleri açısından problem teşkil edebilir.

2.5.5. Melez (Hibrit) Kimlik

Günümüzde ise küreselleşme ve göçler sonucunda ‘melez kimlik’ kavramı ortaya çıkmıştır. Göçmenlerin, göç ettikleri topluma uyum sağlamaları ve aidiyet duyguları geliştirmeleri aynı zamanda kendi kimliklerini korumaları melez kimliklerin inşa edilmesini sağlamaktadır.

Marshall, melez kimliği; etnik, ırksal ve kültürel kimliklerin iç içe geçmesi ve kaynaşması olarak tanımlamaktadır. Melezleşme süreci, baskın toplumla etkileşime geçen bireylerin o kültürü benimsemesini değil yeni bir kimliğin oluşmasını ifade etmektedir (Marshall, 1999, s. 406-407). Modern göçlerle birlikte bireyler arasında etkileşim meydana gelmekte ve insanlar birbirinin yaşam biçimlerini etkilemektedir. Göçmenlerin ideolojik yapıları, dili, dini, giyim tarzları ve hayata bakış açıları “oralı” olduklarını ifade etmektedir. Bu durumda göçmenler hem “içeride” hem de “dışarıda” yaşamaktadır (Chambers, 2019, s. 19). Çinlilerin doğup büyüdüğü ülke, benimsedikleri değerler, yaşam

tarzları ve düşünme biçimleri “oralı” olduklarını göstermektedir. Çinlilerin Türkiye’de yaşamaları ise baskın topluma içeriden bakmalarını sağlamaktadır. Çinliler Türkiye’ye, gündelik hayatta Türklerle olan ilişkilerine ve Türk kültürüne uyum sağladıklarında, hibrit kimlik inşa edebilmektedir. Bu noktada Türklerin, Çinlilere bakış açısının ve davranışlarının önemli bir oynadığı düşünülebilir.

2.6. Kültürlenme ve Kültürleşme

Kültürlenme; bir topluluğun kültüründeki değişimi ifade eder (Şeker, 2006, s. 2). Kültürleşme ise sürekli bir birliktelik halindeki değişim olarak tanımlanmaktadır (Güvenç, 2016, s. 170). Küresel ağların genişlemesi ve kitle iletişim araçlarının gelişmesi birlikte ülkeler arasındaki göçler artmakta ve kültürlerarası diyaloglar ortaya çıkmaktadır. Göç ile farklı kimlik, kültür ve değerlere sahip iki grup doğrudan etkileşim içerisine girmekte ve grupların orijinal kültürlerinde değişimler meydana gelebilmektedir. Bu değişimler kültür alışverişiyle gerçekleşmekte; göçmenler, kültürlerinde bulunmayan özellikleri ödünç almakta ve kendi kültürlerini baskın topluma tanıtmaktadır. Göç, kimlik ve kültürlenme ile birlikte hem göç veren hem de göç alan toplumların sosyo-demografik yapılarında değişiklikler oluşmaktadır. Göçmenlerin içinde yaşadıkları sosyal çevrelerinin ve gündelik hayatının değişmesi beraberinde uyum problemini de getirebilmektedir.

Göç ile beraber insanlar, bulunduğu şartlardan koptuklarında, kültürleşme ve kültürlenmelerinde farklılıklar meydana gelebilmektedir. İki farklı kimlikteki bireylerin yaşam tarzları, düşünce yapıları ve davranış biçimleri kültürleşme ve kültürlenmenin bir göstergesi sayılabilir.

2.7. Kültürlenme Stratejileri

İnsanların göç etme kararları ile birlikte değişim süreçleri yaşanmış ve bu değişimler beraberinde birtakım stratejiler oluşturmuştur. Kültürlenme stratejileri, bireylerin kendi grubuna ya da farklı bir gruba yönelimi olarak ortaya çıkmaktadır. Kendi grubuna yönelen bireyler kendi mirasını, kimliğini korumak isterler. Farklı bir gruba yönelen bireyler ise diğer bir kültür ile topluma katılım sergilerler. Bu iki yönelimin kesişimi ile de 4 kültürlenme stratejisi oluşmuştur. Bunlar; asimilasyon, ayrılma, entegrasyon ve marjinalleşmedir.

Asimilasyon, bireyin kendine ait kültürel kimliği bırakıp diğer bir kültür ile etkileşim kurmasıdır (Berry, 2018, s. 249). Dolayısıyla asimilasyon, göçmenlerin hâkim kültüre yönelimini olarak tanımlanabilir. Ayrılma ise bireyin yalnızca kendi kültürüne bağlılık göstermesi ve diğer kültürler ile etkileşimden kaçınması olarak ifade edilebilir (Berry, 2018, s. 250). Entegrasyon, bireyin hem kendi kültürünü korumasını hem de diğer kültürler ile etkileşimini ifade eder. Bu

durumda gruba ait kimlik ve kültürel farklılıklar bir süre muhafaza edilmekte ve böylelikle ortak katılım sağlanmaktadır (Berry, 2018, s. 250). Birey kültürünü korumada zayıflık gösterdiğinde ise marjinalleşme stratejisi meydana gelmektedir. Bu, baskınlık kuramamış bireye, seçim özgürlüğü tanınması olarak ifade edilebilir (Berry, 2001, s. 619). Buradan yola çıkıldığında, göç eden Çinlilerin hâkim kültür ile etkileşime girmemesi kendi kültürlerine verdikleri değerin ve ayrılma stratejisinin göstergesi sayılabilir. Çinlilerin, Türk kimliğini benimsemeleri ve katılım sağlamaları, içinde bulunduğu hâkim kültür ile uyum ve bütünleşmesinin bir sonucu olduğu söylenebilir. Yeni kimliğe entegre olan Çinliler, toplumsal alanda kendi kimliklerini rahatça ifade edebilmektedir.

2.7.1. Kültürel Uyum ve Adaptasyon

Bireyler belirli toplumun ve kültürel kalıpların içerisinde dünyaya gelmekte ve içinde yaşadığı toplumun normlarına göre hayatlarını şekillendirmektedir. Bireyin aidiyet duygusu yetiştiği topluma, toplumsal normları ve kültürel öğeleri benimseme düzeyine göre değişiklik gösterebilmektedir. Kültürel uyumun ve adaptasyonun, bireylerin içinde bulunduğu toplumsal öğelerin tamamından meydana geldiği söylenebilir. Göç ile beraber bu öğelerin tamamı değişime uğramakta ve birey göç ettiği ülkeye dair problemler yaşayabilmektedir. Kültürel değişimler, uyum ile beraber gerçekleşmektedir. Zamanla komşu kültür ile benzeşim kurulmakta ve yeni ihtiyaçları karşılamak için uyum faaliyetleri geliştirilmektedir.

Berry ve arkadaşları adaptasyonu, bireyin dış taleplerine yanıt verme biçimi olarak tanımlamaktadır. Adaptasyon, bireyler arası “uyumu” gerçekleştirmektedir. Berry ve arkadaşları uyumu psikolojik ve sosyo-kültürel olarak ikiye ayırmıştır. Psikolojik uyum, bireyin psikolojik refahını içerir. Sosyo-kültürel adaptasyon ise kültürlen bireyin gündelik hayatını iyi yönetebilme biçimini içerir (Berry, Poortinga, Segall&Dasen, 2002, s. 370). Sosyal ve kültürel değişimlerin, toplumsal hareketlenmeyi ve yenilenmeyi zorunlu kıldığı söylenebilir. Farklı kültüre sahip bireylerin başka bir ülkeye göç etmeleri, baskın grup ile aralarında, ön yargının oluşmasına neden olabilir.

Göçmenlerin yaşadıkları göç hareketlerinin kendileri özgü ve biricik olan tarafları bulunmaktadır (Göregenli&Karakuş, 2014, s. 102). Buradan yola çıkarsak, Çinlilerin yaşadıkları göç süreci; maliyet, psikolojik durumları, yaşadıkları korkular ve beklentiler açısından kendine özgüdür. Bu durumda her bir Çinlinin Türk toplumuna uyum ve adapte olma sürecinin farklı olduğu söylenebilir.

Uyum, sosyal değişim ile birlikte meydana gelmektedir. Uyum sürecinden sadece bireyler değil, kurum ve örgütler de etkilenmektedir (Smith, 2011, s. 44-

46). Göç ile birlikte değişime uğrayan sosyo-demografik yapılar kurum ve örgütlerin yenilenmesini sağlayabilir. Örneğin; Türkiye'nin göç alması ile birlikte sosyo-demografik yapısında değişimler ve sorunlar meydana gelmiştir. Bu sorunların çözüme kavuşturulması için göç birimleri kurulmuştur.

Bireylerin bilgisiz, gelenekçi bir yapıya sahip olmaları sosyo-kültürel uyumlarını etkilemektedir. Bilgisizlik bireylerin rasyonel karar almasını engellemekte, korku ve kaygıların oluşmasına neden olmaktadır (Yaka, 2011, s. 135-140). Bireyler kimlikleriyle toplumsal alanda görünür olmakta ve topluma uyum sağlamaktadır (Aşkın, 2007, s. 213). Çinlilerin sahip oldukları kimliklerle Türk toplumunda barınmakta ve gündelik hayat pratiklerine uyum sağlayabilmektedir. Çinlilerin ideolojik yapıları, alıştıkları davranış kalıplarının, değerlerinin ve kültürlerinin farklı olması Türk toplumuna uyumunu etkileyebilir. Bu durumda Çinlilerin dil bilmemeleri; Türklerle etkileşime geçmelerini, sosyal aktivitelere katılımlarını ve sağlık, eğitim gibi hizmetlere erişimlerinde uyum problemlerinin meydana gelmesine neden olabilmektedir. Türklerin Çinlilere bakış açılarının, onların Türkiye'ye aidiyet duyguları geliştirmelerinde ve uyum sağlamalarında etkili rol oynadığı söylenebilir.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Uluslararası göçler toplumsal ve sosyo-kültürel açıdan göçmen grupların uyum sağlama biçimlerini etkilediği düşünülmektedir. Bu nedenler araştırmada, hakkında yeterli çalışma yapılmamış olan Çinli göçmenler konusu seçilmiştir. Elde edilen bulgular; Çinlilerin Sosyo-Demografik Özellikleri, Çinlilerin Hedef Ülke Olarak Türkiye'yi Seçmesi, Çinlilerin Göç Ettikten Sonra Karşılaştıkları Problemler ve Çinlilerin Türkiye'ye Uyumlu Olmaları üzere dört başlık altında incelenmekte ve her ana başlık kendi içerisinde alt başlıklara ayrılmaktadır.

3.1. Çinlilerin Sosyo-Demografik Özellikleri

Yarı yapılandırılmış mülakat formu uygulanan katılımcıların %46,7'si kadın, %53,3'ünü erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların %86,7'si (13 kişi), ilk yetişkinlik dönemi olan 22-40 yaş grubunda yer almaktadır. Bu grupta yer alan katılımcıların 7'si erkek, 6'sı kadındır. Katılımcıların %86,7'sinin bekâr, katılımcıların %13,3'ünün ise evli olduğu saptanmıştır. Bekâr katılımcıların 7'si erkek, 6'sı kadındır. Katılımcıların en fazla olduğu meslek grubunu %40 oran ile öğrenciler oluşturmaktadır. Bunu %13,3 oranla öğretmenlik mesleği takip etmektedir. Katılımcılar arasında gazeteci, veteriner, satış müdürü, tercüman, doktor, teknisyen ve mühendis meslek gruplarına ait Çinli göçmenlerin de bulunduğu saptanmıştır. Bu durum Çinli göçmenlerin Türkiye'de iş imkânı bulabildiklerini ve farklı meslek gruplarında görev alabildiklerini göstermiştir.

Katılımcıların mensubu olduğu dinlere bakıldığında %60 oranla İslam dininin yaygın olduğu görülmektedir. Katılımcıların %20'sinin ise herhangi bir dine mensup olmadığı saptanmıştır. Katılımcıların ekonomik durumuna bakıldığında %100'ünün orta sınıf ekonomiye sahip olduğu saptanmıştır. Bu durum Türkiye'de yaşayan Çinli göçmenlerin, burada hayatlarını devam ettirebilecek gelire sahip olduklarını belirtmiştir.

3.2. Çinlilerin Hedef Ülke Olarak Türkiye'yi Seçmesi

Çinlilerin hedef ülke olarak Türkiye'yi seçme nedenleri, Çinlilerin Türkiye'ye gelme kararını etkileyen çekici faktörleri belirlemede ele alınmaktadır. Çinliler, hedef ülke olarak Türkiye'yi seçerken; akademik eğitim, istihdam, evlilik, doğal güzellikler, kültürel çekicilik, dini sebepler gibi kriterler etrafında toplanmıştır. Katılımcılara bakıldığında, katılımcıların %40'ının (6 kişi) akademik eğitim, %20'sinin evlilik gibi nedenlerle hedef olarak Türkiye'yi seçtikleri gözlemlenmiştir. Doğal güzellikler nedeniyle Türkiye'yi hedef ülke seçen katılımcı bulunmamaktadır. Bu durum da Türkiye'ye olan göçün eğitsel alanda gerçekleştiği belirtilebilir. Kurumların verdikleri bilgilere göre Türkiye, stratejik konumu, eğitim imkânları, tarihi, yatırım alanları ve ekonomik ilişkileri gibi nedenlerle olumlu çekici faktörler oluşturmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların kendi iradeleri ile göç kararı almaları, Petersen'in "serbest göç" tipi olarak nitelendirilebilir.

Göçmenlerin, göç ettikleri ülkedeki tüm hizmetlerden yararlanabilmesi için yasal izin almaları gerekmektedir. Dolayısıyla kendi kimliği ile Türkiye'de yaşamak isteyen Çinlilerin de ikamet izni almaları gerekmektedir. Türkiye'ye göç eden Çinlilerin yasal durumları ve ikamet türleri; eğitim, evlilik, çalışma gibi göç etme nedenleri ile farklılık göstermektedir. Katılımcıların Türkiye'deki yasal durumlarına bakıldığında %86,7'sinin Çin Halk Cumhuriyeti vatandaşlığına, %13,3'ünün Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlığına mensup olduğu saptanmıştır. Katılımcıların Türkiye'de ikamet etme sürelerine bakıldığında %26,7'sinin kısa dönem ikamet izni, %26,7'sinin uzun dönem ikamet izni ve %20'sinin öğrenci ikamet izni aldığı saptanmıştır. Bu durumun, Çin ve Türkiye arasındaki diplomatik ilişkilerin ve uygulanan göç politikalarının, Çinlilerin Türkiye'ye gelmesinde önemli bir köprü rolü üstlendiği söylenebilir. Her göçmenin, göç kararı almasına etki eden faktörler farklıdır. Katılımcıların %46,7'si tek başına, %40'ı arkadaşlarıyla ve %13,3'ü ailesiyle birlikte Türkiye'ye gelmiştir. Kurumların verdikleri yanıtlara bakıldığında Çinlilerin, eğitim ve turizm amaçlı olmak üzere aileleriyle veya arkadaşlarıyla geldikleri belirtilmiştir. Çinlilerin Türkiye'ye gelip sosyal bağlantılar geliştirmesi ve yerel toplum ile ilişkiler kurmaları, onların "göç ağı" oluşturduklarının göstergesi sayılabilir.

Katılımcılara Türkiye'ye kimler ile birlikte geldikleri sorulmuştur. Katılımcıların %73,3'ü bireysel sebepler, %20'si ekonomik sebepler ile Türkiye'ye geldiğini belirtmiştir. Çinlilerin göç etme kararında Çin-Türk ilişkileri makro yapıların; göçmenlerin oluşturdukları enformel ağların ve mikro yapıların etkisinin olduğu nitelendirilebilir.

3.3. Çinlilerin Göç Ettikten Sonra Karşılaştıkları Problemler

Çinlilerin kendi içine kapanık olması nedeniyle bu zamana kadar kimliklerini korudukları ifade edilmektedir. Fakat Çinliler ile Türkler arasındaki sosyo-kültürel ilişkilerin, Çinlilerin kimliklerini şekillendirmesinde etkili olduğu düşünülebilir. Bu bilgiler doğrultusunda katılımcıların verdikleri yanıtlara bakıldığında, katılımcıların %53,3'ü (8 kişi) kendini Çin kimliğine, %40'ı (6 kişi) Çin ve Türk kimliğine ait hissetmektedir. Böylelikle göçmenlerin Türkiye'deki hâkim kimliğe sahip insanlarla iletişim içinde oldukları ve onlardan etkilendikleri söylenebilir. Kurumların bu konuda verdikleri yanıtlar incelendiğinde, Çinlilerin, bazılarının, sadece kendi kimliklerini kabul ettiğini; bazısının ise ikinci bir kimlik olarak Türk kimliğine uyum sağlayabildiklerini belirttikleri saptanmıştır. Tarihten bu yana Çinliler ile Türkler arasında etkileşimler olmuştur. Çinlilerin Türkiye'ye göçü sonrasında kültürel etkileşimler artmış ve Türklerin ve Çinlilerin birbirlerine bakış açısı şekillenmiştir.

Araştırmamızda katılımcıların %86,7'sinin Türklere karşı olumlu bakış açısı geliştirdiği saptanmıştır. Bu durumda Çinlilerin, Türkiye'ye ve Türklere uyum sağlamanın daha kolay olabileceği söylenebilir. Katılımcılardan ve kurumlardan bazıları, özellikle Çin'e gitmemiş olan ve Çinli tanıdığı bulunmayan Türklerin Çinlilere karşı ön yargılı olduğunu belirtmiştir. Çinlilerin ve Türklerin birbirlerine karşı farklı bakış açıları sergilemelerinin nedeninin iki ülkenin birbirini yeterince tanımamasından kaynaklandığı düşünülebilir. Bu durum Türkiye'de yaşayan Çinlilerin iki farklı kimlik arasındaki benzer ve farklı yönleri bularak bir bakış açısı geliştirdikleri ve kültürleşme düzeylerini belirledikleri söylenebilir. Göçmenlerin yabancı bir toplumda bulunmaları, o toplumun sunduğu hizmetlere erişimlerini etkilemektedir. Araştırmada katılımcıların hizmetlere erişim noktasında %60'ının (9 kişi) hiç problem yaşamadığı, %13,3'ünün (2 kişi) dil konusunda problem yaşadığı tespit edilmiştir. Kurumların bu konudaki görüşleri ise, Çinlilerin hizmetlere erişimde sorun yaşamadıkları yönünde olmuştur. Araştırmada elde edilen bu veriler doğrultusunda Çinlilerin Türkiye'de dil problemi nedeniyle iletişim kurmada sorun yaşadıkları tespit edilmiştir.

4.4 Çinlilerin Türkiye'ye Uyum

Türkiye, uzun yıllar boyunca farklı etnik gruptan insanları içerisinde barındıran bir yapıya sahip olmuştur. Çinliler, hedef ülke olarak Türkiye'ye göç ettiklerinde Türkiye'deki hâkim topluma, buradaki gelenek-göreneklere, dini ve milli kültürel öğelere entegre olmaya ve uyum sağlamaya çalışmaktadır. Araştırmamızda katılımcılardan Türkiye'ye ve Türkler ile olan ilişkilerine %86,7'si uyum sağladığını, %13,3'ü uyum sağlayamadığını belirtmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun gösterdiği uyumun, kendi kültür ve kimlikleri üzerindeki benzerliklerden yola çıkarak gerçekleştiği belirlenmiştir. Kurumların da göç eden Çinliler hakkında görüşleri, kolay adapte olabildikleri ve uyum sağladıkları yönünde olmuştur. Bu durumda Çinlilerin psikolojik, kültürel ve ekonomik yönden uyuma hazır oldukları hem kendi kültürlerini korudukları hem de Türklerle etkileşime girerek hâkim topluma entegre oldukları söylenebilir.

Çin ile Türk kültürü arasında önemli farklılıklar bulunurken birtakım benzerlikler de bulunmaktadır. Araştırmada katılımcıların %93,3'ü (14 kişi) Türk kültüründen etkilenmiştir. Türk kültüründen etkilenen katılımcıların; %46,7'si (7 kişi) yemek kültüründen, %20'si (3 kişi) tarihten etkilenmiştir. Kurumsal yapılardan elde edilen verilere de bakıldığında katılımcıların çoğunluğunu tarihsel öğeler oluşturmaktadır. Çin, Türkiye'ye göre daha fazla etnik grupları içerisinde barındıran bir ülkedir. Bu durum Çin'in çok-kültürlü bir yapısının olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmamızda katılımcıların %40'ı Türkiye'nin çok-kültürlü yapıya, %13,3'ü entegre edici yapıya ve %13,3'ü ayrımcı yapıya sahip olduğunu belirtmiştir. Katılımcılar, Türkiye'nin coğrafi konumunun ve farklı etnik kökenlere sahip insanların bir arada yaşamasının, çok-kültürlü yapıyı sağlayan temel faktörler olduğunu belirtmişlerdir. Kurumsal yapılardan elde edilen verilerin ortak noktasına göre ise Çinliler, Türkiye'yi çok-kültürlü bir yapıya sahip olarak değerlendirmektedir. Araştırmamızda katılımcıların %46,7'si Türkiye'ye gelmeden önce korku yaşamamaktadır. Türkiye'ye gelmeden önce korku yaşayan katılımcıların oranı ise %33,3'tür. Korku yaşayan katılımcıların; Türkiye'ye geldikten sonra korkularının kaybolduğu ve yaşam koşullarının olumlu şekilde değiştiği görülmektedir. Türkiye'ye gelmeden önce korku yaşamayanların ise Türkiye'deki yaşam koşullarından memnun oldukları tespit edilmiştir. Kurumsal yapıların bazıları Çinli göçmenlerin Türkiye'ye gelmeden önce korku yaşadıklarını belirtirken bazıları korku duymadıklarını belirtmiştir. Araştırmamızda katılımcıların %93,3'ü Türkiye'yi çevrelerindeki insanlara tavsiye etmişlerdir.

SONUÇ

Bu çalışmada Çinli göçmenlerin kendilerini ait hissettikleri kimlikler ve kültürleşme süreçleri değerlendirilmiştir. Çinli göçmenlerin yaşadığı bireysel, sosyal ve kültürel değişimleri anlamak için üçüncü bölümde Çinlilerin sosyo-kültürel özelliklerine değinilmiştir. Çinliler ile Türklerin aile yapıları, büyüklere saygı ve küçüklere sevgi gösterme biçimleri bakımından benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Çalışmamızda yer alan katılımcılardan 8'i erkek, 7'si kadındır. Bu durumda cinsiyet ayrımı yapılmaksızın Çinlilerin Türkiye'ye göç ettikleri söylenebilir. Türkiye'ye göç eden katılımcıların %86,7'si bekâr ve ilk yetişkinlik (22-40 yaş) dönemindedir. Türkiye'ye göç eden Çinliler, farklı mesleklerde görev yapmakta fakat çoğunluğu (%40) öğrenci konumunda bulunmaktadır. Ayrıca katılımcıların çoğunluğu (%60) İslam dinine inanmaktadır. Tüm katılımcıların ekonomik düzeyi orta düzeydedir.

Çalışmada Türkiye'nin hedef ülke olarak; akademik alanda yoğunluk olmak üzere evlilik, istihdam, kültürel sebepler ve dini sebeplerle çekici faktörler oluşturduğu belirlenmiştir. Kurumların görüşlerine göre ise Çinliler Türkiye'yi eğitim, doğal güzellikler, ticari ilişkiler ve istihdam nedenleriyle hedef ülke olarak seçmektedir. Ayrıca Çinlilerin, Türkiye'de akademik eğitim almaları ve Türkçe öğrenmeleri Türkiye'nin tanıtılmasına katkı sağlayabilir.

Dünya'da her ülkenin kendine ait sınırları bulunmakta ve içerisinde yaşayan insanlar, buldukları ülkenin vatandaşı sayılmakta ve bir kimliğe sahip olmaktadır. Göç eden kişilerin sahip olduğu vatandaşlıklar ise belirli şartlar dâhilinde değişebilmektedir. Türkiye'de yaşayan Çinlilerin %86,7'si burada Çin vatandaşı olarak bulunmaktadır. Çinlilerin çoğunluğu (7 kişi) Türkiye'ye bireysel olarak gelmiştir. Arkadaşları ile birlikte gelen kişilerin sayısı ise (6 kişi) azımsanmayacak derecededir. Kurumlar ise Çinlilerin Türkiye'ye tek başlarına, toplu bir şekilde ve aileleriyle geldikleri tespit edilmiştir.

Çinlilerin birçoğu (%73,3) Türkiye'ye bireysel sebepler nedeniyle göç etmiştir. Bireysel sebepler; eğitim, evlilik ve dini sebepleri içermektedir. Bu durum Çinlilerin yeni bir dil öğrenme ve kariyerlerinde ilerleme, İslam dinine dair bilgileri öğrenme, evlilik nedeniyle Türkiye'nin toplumsal ve kültürel yapılarına dâhil olmalarını seçtiklerinin göstergesi sayılabilir.

Göç olgusu, insanlara farklı kimliklere sahip insanlarla tanışma fırsatı verebilmekte ve insanların hibrit kimlikler inşa etmelerine olanak sağlayabilmektedir. Buradan yola çıkılarak Çinlilerin Türkiye'ye göç ederek kendilerine Çin-Türk hibrit kimlikler oluşturup oluşturamadıkları değerlendirilmiştir. Yapılan mülakatlar sonucunda Çinlilerin, %53,3'ünün kendilerini doğup büyüdüğü Çin'e ve Çin kimliğine ait hissettiklerine

ulaşmıştır. Bu durumda Çin kimliğine ait hisseden katılımcıların, Çin milli ve kültürel kimliklerine bağlı ve korumacı bir yapıya sahip oldukları söylenebilir. Kendilerini hem Çin hem Türk kimliğine ait hissedenlerin oranı %40'dır. Kurumlarla yapılan görüşmelerde ise genellikle Çinlilerin, kendi kimliklerine ve milletlerine bağlı oldukları bu nedenle Türk kimliklerini benimseyemedikleri ifade edilmiştir.

Çinliler ile Türkler arasında uzun bir geçmiş olmasına rağmen Türklerin ve Çinlilerin birbirini yeterince tanımadığı söylenebilir. Bazı katılımcılar ve kurumlar (%86,7), Çinlilerin; Türkleri, sıcakkanlı, misafirperver ve iyimser olarak gördükleri ve onlara karşı bakış açılarının olumlu olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Göçmenlerin gittikleri ülkedeki temel haklardan yararlanma imkânı bulunmaktadır. Bu perspektiften yola çıkılarak araştırmada, Türkiye'de yaşayan Çinlilerin temel hizmetlere erişim imkânları ve hizmetlere erişimde yaşanan problemler değerlendirilmiştir. Çinlilerin birçoğunun (%60) hizmetlere erişim konusunda hiçbir problem yaşamadıkları, tüm hizmetlerden yeterince yararlandıkları tespit edilmiştir.

Araştırmanın diğer sonuçlarından biri, Çinlilerin çoğunluğunun (%86,7) kendi kimlik veya kültürlerine benzerlikleri üzerinden Türkiye'ye, Türk kültürüne ve Türklerle olan ilişkilere uyum sağladığı yönündedir. Araştırmada, Çinlilerin Türk kültüründen etkilenmeye istekli oldukları ve farklı kültürel öğelerden etkilendikleri tespit edilmiştir. Bu durum, Çinlilerin yerel halk kültürüyle temas içerisinde olduğunu ve kültürlenme stratejisi olarak entegrasyon sağladıklarının göstergesi olarak sayılabilmektedir.

Her ülkenin gerek coğrafi konumu gerekse içinde barındırdığı farklı kimliğe sahip insanların olması nedeniyle kültürel yapısında farklılıklar bulunmaktadır. Çin'in geniş coğrafyası ve içinde farklı etnik kimliklere sahip insanları barındırması nedeniyle çok-kültürlü bir yapıya sahip olduğu açıktır. Araştırmada, katılımcıların çoğu (%40) Türk kültür yapısını çok-kültürlü olarak düşündüğü tespit edilmiştir. Kurumlarla yapılan görüşmelerde ise Çinlilerin; dil yönünden, farklı kültürleri kabul etme, etnik gruplar, zengin bir kültür ve coğrafi konum açısından Türkiye'yi çok-kültürlü bir yapı olarak kabul ettikleri sonucuna ulaşmıştır.

Göçmenler toplumsal roller ve davranışlar konusunda bilgi edinmekte, ülkenin güzellikleri ve kültürel yapısı açısından beklentiler oluşturmakta ve korku seviyelerini minimuma düşürmek istemektedir. Araştırmada katılımcıların çoğunluğunun (%46,7) Türkiye'ye gelmeden önce korku yaşamadığı tespit edilmiştir. Korku yaşamayan katılımcıların Türkiye'ye gelmeden önce kitap okudukları, daha önceden geldikleri için Türkiye'yi iyi bildikleri belirlenmiştir.

Son olarak araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç, Çinlilerin çevrelerindeki insanlara Türkiye'yi tavsiye etmeleri yönündedir. Çinlilerin Türkiye'yi sevdikleri, yaşam standardı açısından uygun bir ülke olduğunu düşündükleri, yerel halk ile etkileşim içinde oldukları ve Türkiye'ye aidiyet duygusu geliştirdikleri söylenebilir.

Araştırma sonuçlarında görüldüğü gibi Çinlilerin farklı sebeplerle yasal yollardan Türkiye'ye göç ettikleri, yerel toplum ile etkileşim içine girdikleri ve uyum sağladıkları, Çin-Türk hibrit kimliği inşa etmeye başladıkları söylenebilir.

Araştırma, Türkiye'de Çin kimliğinin ve kültürünün yeterince tanınmaması ve bu konuda yeterince kaynak olmaması bakımından önemli bir çalışma görülebilir. Araştırma, Çinliler ile Türklerin birbirine bakış açısını anlamaya katkı sağlayan bir sosyolojik analiz olarak nitelendirilebilir. Türkiye'nin göç alan bir ülke konumunda olması dolayısıyla araştırma; Çinlilerin Türkiye'ye göç etmesinin görünür kılınması, Çin kültürünün tanıtılması ve uyum sağlamayı engelleyen problemlerin giderilmesi yönünden diğer çalışmalara kaynak niteliği taşıyabilir.

Kaynakça

- Abadan-Unat, N. (2017). *Bitmeyen Göç: Konuk İşçilikten Ulus-Ötesi Yurttaşlığa*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Adıgüzel, Y. (2019). *Göç Sosyolojisi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Akıncı, B., Nergiz, A., ve Gedik, E. (2015). Uyum Süreci Üzerine Bir Değerlendirme: Göç ve Toplumsal Kabul. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 58-83.
- Aktel, M., ve Kaygısız, Ü. (2018). Türkiye'de Göç Yönetimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (2), 579-604.
- Aşkın, M. (2007). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 213-220.
- Barth, F. (2001). *Etnik Gruplar ve Sınırları: Kültürel Farklılığın Toplumsal Organizasyonu*. (A. Kaya, ve S. Gürkan, Çev.). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bayraktar, R. (2013). *Eski Sovyetlerde Türk Kimliği*. Ankara: Berikan Yayınları.
- Berry, J. W. (2001). A Psychology of Immigration. *Journal of Social Issues*, 3, 615-631.
- Berry, J. W. (2018). Kültürel Açından Çoğulcu Toplumlarda Bir Arada Yaşamak: Kültürlenme ve Çok-Kültürlülüğü Anlamak ve Yönetmek. (A. Onacak, Çev.), S. Bekman ve A. Aksu-Koç (Ed.), *İnsan Gelişimi, Aile ve Kültür: Farklı Bakış Açıları* (2. Baskı) içinde (s. 247-258). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., ve Dasen, P. R. (2002). *Cross-Cultural Psychology: Research and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Canbey Özgüler, V. (2018). Göç ve Uyum Politikaları. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 1-14.
- Castles, S., ve Miller, M. J. (2008). *Göçler Çağı Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri*. (B. U. Bal, ve İ. Akbulut, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castles, S., Haas, H., ve Miller, M. J. (2014). *The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World* (5. Baskı). New York: Palgrave Macmillan.
- Cerrah, U. (2018). *Avrupa Birliği'nin Yeniden İnşası*. Ankara: Hitabevi Yayınları.
- Chambers, I. (2019). *Göç, Kültür, Kimlik*. (İ. Türkmen, & M. Beşikçi, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çağlar, T. (2018). Göç Çalışmaları İçin Kavramsal Bir Çerçeve. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(8), 26-49.

- Çoban Oran, F. (2018). Post-Amerikan Dünya Düzeninde Kimlik Politikaları: Yeni Çin Kimliğine Karşı 'Büyük Amerika'. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 317 - 340.
- Demirhan, Y. ve Aslan, S. (2015). Türkiye'nin Sınır Ötesi Göç Politikaları ve Yönetimi. *Birey ve Toplum*, 5(1), 23-62.
- Erman, K. (2019). Çin Halk Cumhuriyeti'nin Latin Amerika'da Yükselişi: "Arka Bahçe"de İş Birliği ve Nüfuz Politikaları. *Doğu Asya Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 1-26.
- Giddens, A., ve Sutton, P. W. (2014). *Sosyolojide Temel Kavramlar*. (A. Esgin, Çev.). Ankara: Phoenix Yayınları.
- Göker, G. (2015). *Göç Kimlik Aidiyet: Kültürlerarası İletişim Açısından İsveçli Türkler*. İstanbul: Literatürk Academia.
- Göregenli, M. ve Karakuş, P. (2014). Göç Araştırmalarında Mekan Boyutu: Kültürel ve Mekansal Bütünleşme. *Türk Psikoloji Yazıları*, 17(34), 101-115.
- Güllüoğınar, F. (2012). Göç Olgusunun Ekonomi-Politiđi ve Uluslararası Göç Kuramları Üzerine Bir Değerlendirme. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 53-85.
- Güvenç, B. (2016). *Türk Kimliği: Kültür Tarihinin Kaynakları*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- Harris, J. R. ve Todaro, M. P. (1970). Migration, Unemployment and Developmnet: A Two-Sector Analysis. *The American Economic Review*, 60(1), 126-142.
- İçduygu, A., Erder, S. ve Gençkaya, Ö. F. (2014). *Türkiye'nin Uluslararası Göç Politikaları, 1923-2023: Ulus-devlet Oluşumundna Ulus-Ötesi Dönüşümlere*. İstanbul: Koç Üniversitesi Göç Araştırmaları Merkezi (MireKoç).
- Kutlu, Ö. ve Kahraman, S. (2018). Göç Politikası. Y. Mamur Işıkeı ve E. Alacadağlı (Ed.) *Kamu Yönetimi Ansiklopedisi* içinde (s. 323-337). Ankara: Astana Yayınları.
- Lee, E. S. (1966). A Theory of Migration. *Demography*, 3(1), 47-57.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Özyakışır, D. (2013). *Göç:Kuram ve Bölgesel Bir Uygulama*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Petersen, W. (1958). A General Typology of Migration. *American Sociological Review*, 23(3), 256-266.
- Rousseau, J. J. (2014). *Toplumsal Sözleşme veya Siyasal Hukukun Prensipleri*. (C. Karakaya, Çev.), İstanbul İletişim Yayınları.

- Sirkeci, İ. ve Göktuna Yaylacı, F. (2019). Küresel Hareketlilik Çağında Göç Kuramları ve Temel Kavramlar. F. Göktuna Yaylacı (Ed.). *Kuramsal ve Uygulama Boyutları ile Türkiye’de Sığınmacı, Mülteci ve Göçmenlerle Sosyal Hizmetler* içinde (s. 15-41). Londra: Transnational Press London.
- Smith, A. D. (1994). *Milli Kimlik*. (B. S. Şener, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Smith, A. D. (2011). *Toplumsal Değişme Anlayışı*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Stark, O. ve Bloom, D. E. (1985). The New Economics of Labor Migration. *The American Economic Review*, 173-178.
- Şeker, D. B. (2006). Kente Göç Etmiş Bir Örneklemede Kültüre Uyum (Kültürlenme) Süreçleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 3(2), 1-31.
- Taştan, Ç., İrdem, İ. ve Özkaya, Ö. (2018). *Politika ve Uygulama Boyutlarıyla Göç ve Uyum*. Ankara: Polis Akademisi Yayınları.
- Temiz, K. (2016). Türkiye’nin Asya-Pasifik Politikası 2016. B. Duran, K. İnat, ve M. Caner (Ed.). *Türk Dış Politikası Yıllığı 2016* içinde (s. 495-514). İstanbul: SETA Vakfı İktisadi İşletmesi.
- Tural, S. (1991). Benlik, Kimlik ve Kişilik Kavramları III: Kültürel Kimlik. *Milli Folklor*, 0(10), 11-16.
- Tümtaş, M. S., & Ergun, C. (2016). Göçün Toplumsal ve Mekânsal Yapı Üzerindeki Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1347.
- Türkiye’de 20 bin Çinli çalışıyor, 2010. (2023, Mart). *Dünya Bülteni*. Erişim adresi: <https://www.dunyabulteni.net/genel/turkiyede-20-bin-cinli-calisiyor-h133418.html>
- Vatandaş, C. (2010). *Ulusal Kimlik: Türk Ulusçuluğunun Doğuşu*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Yabancı ve Uluslararası Koruma Kanunu (YUKK). (2013, 04 11). 6458.
- Yaka, A. (2011). *Sosyal Değişme: Türk Modernleşmesi*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Yalçın, C. (2004). *Göç Sosyolojisi*. Ankara: Anı Yayıncılık.

6. Bölüm

Gastromilliyetçilik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme

Fatma KOÇ¹
Gülsevdı ÖZTÜRK²

1 Öğr. Gör. Siirt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Siirt, Türkiye fatma.koc@siirt.edu.tr Orcid ID: 0000-0003-2500-8028

2 Arş. Gör. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Samsun, Türkiye gulsevdı.cohadar@omu.edu.tr Orcid ID: 0000-0002-9540-8978

1. GİRİŞ

Gıda günlük enerji ihtiyacı dışında ulusal kimliklerin ve politikaların uygulanması ve sürdürülmesi açısından önemlidir. Yiyecek hem madde hem de sembol olarak fiziksel eylemlerin devamlılığını sağlayan, sosyal ve kültürel hayatta birden fazla anlam taşıyan bir iletişim tarzı olarak kabul edilmektedir (Counihan and van Esterik, 1997). Birçok çalışma gıdanın bireysel ve geniş kitleler tarafından ortak nokta duygusunun temelini oluşturan güçlü bir bağ unsuru olduğunu vurgularken; gıda gibi güçlü bir bağın toplumun kendine özgü beslenme rutinlerinin sınırlarını nasıl koruduğu hakkında bilgi vermektedir (Warde, 1997:57-77).

Dil, din gibi kültürel sınırları belirlemede rol oynayan ve kimliklerin yeniden yapılanması sonucu ‘biz’ ve ‘diğeri’ arasındaki farkı gösteren toplumsal değerleri ifade etmekte kullanılan birçok araç gibi gıda ve tüketim davranışları da kültürün bir yansıması olarak bireysel ve ulusal kimliklerin belirlenmesinde işlev görmektedir (Appadurai, 1988; Montanari, 2013; Belasco and Scranton, 2002; Hobsbawm and Ranger, 1983). Bu özellikleri nedeniyle, devletler ve devlet destekli kuruluşlar, belirli yiyeceklere özel bir önem vererek ve ulusal mutfakların oluşturulması sürecinde temel bir rol oynayarak, yiyecekleri ulusal hedefleri için sıklıkla kullanmaktadır (Ichijo and Ranta, 2016). Özellikle milliyetçilik ve etnisitenin güçlenen yerel kimlik, tüketim kültürünün yaygınlaşması ve kültürlerarası etkileşim sonucu kimliği korumanın sonucu olduğu iddia edilmektedir (Jenkins, 1994; Tobin, 1992).

Günlük hayatın bir parçası olarak düşünülen tüketim ve tüketici davranışları zaman, mekân, mekânın türü ve büyüklüğü, gıdaya ulaşılabilirlik, coğrafi yapının özellikleri, sosyo-demografik özellikler gibi iç ve dış etkenlerden etkilenmektedir (Spilková, 2018; Golledge and Stimson, 1997; Conversi, 2016:490; Bell, Valentine, 1997). Tüketim coğrafyası ise; yiyeceğin nerede tüketildiği, fiziksel olarak bedenin nasıl etkilediği veya yaşam kalitesi üzerindeki etkisinin yanı sıra bireysel ve toplumsal olarak tüketicinin ait olduğu ulusal kimliğinin şekillenmesinde de etkilidir. (Conversi, 2016:490; Bell, Valentine, 1997).

Gıda ve yemek faaliyetleri, üretimden tüketime kadar geçen süre içinde tüm kültürlerde günlük yaşamın bir parçası olmuştur. Bu faaliyetler, aile birimi içinde bir kimlik ve bağ duygusu oluşturarak topluluğun gelişmesinde yardımcı olmaktadır (Moisio et al, 2004). Her kültür için yemek üretim ve tüketim aşamaları, yemeğin içeriği/bileşenleri ait olduğu toplum için anlam olan, sosyal ilişkilerin oluşmasında ve gelişmesinde aracı görevi üstlenen ortak bir oluşturmaktadır (Counihan, 1999:19). Yemek, insan için fiziksel ve psikolojik olarak doygunluk hissi dışında sosyal sınıf ve farklı çevreler için ait olma/dahil olma duygularını taşımaktadır. Yemek kişisel ve ulusal sınırların ve mahremiyet

duygusunun korunması gerektiğini hatırlatan, taksonomik sınıflandırmanın yapılmasına olanak sağlamaktadır (Fischler, 1988:275-293).

Günlük yaşamın her alanında (sanat, spor, müzik, reklam, tercih edilen markalar, yemek alışkanlıkları vb.) siyaset kavramına rastlanılmaktadır. Milliyetçilik kavramı ise bu çalışmada yemek ile ilişkilendirilmiş ve gastro-milliyetçilik kavramı ile birlikte incelenmiştir. Yemeğin gerçek anlamı dışında sembolik olarak ulusal ve uluslararası ölçekte temsil ettiği milli değeri ve yemek milliyetçiliğinin yaygınlaşmasına ve ortak dil olarak yemeğin araç olarak kullanılmasına, mutfak kültürünün korunmasına ve sürdürülebilirliğine, devlet tarafından alınacak önlemler ile orijinalliğinin korunması ve marka değeri kazanması gibi konulara değinilmiştir.

2. Milliyetçilik Kavramı

Milliyetçilik; kişinin bilincini şekillendiren, kimliği belirleyen, dünyayı adlandırmasını kolaylaştıran, tutum ve davranışlarını yönlendiren, birlik halinde kimliği esas alarak bireysel kimlik ve kültür oluşmasını sağlayan, bir toplumun kültürünü oluşturan inançlar, dil, semboller ve mitolojinin birleştirilmesi ile ortaya çıkan toplumsal hareket türü, siyasi ideoloji ve bir kültür/kimlik biçimidir (Smith, 1991; Smith, 2013; Calhoun, 1997;3).

Yapılan çalışmalara göre bir taraftan ‘siyasal’ ve ‘sivil’ olarak; diğer taraftan ise ‘kültürel’ ve ‘etnik’ olarak nitelendirilen milliyetçilik kavramı, aynı zamanda hümanist ve barışçıl özelliğe sahip ‘iyi’, dominant ve otoriter özelliğe sahip ‘kötü’ milliyetçilik olarak da isimlendirilmektedir (Balibar, 1991, Bora, 1995; Billig, 1995). Kültürel ve politik yaşamda mevcut olan, sosyal veya fiziksel sınırlarla belirlenmiş bir dizi deyim, uygulama ve olasılıklar bir ulusun insanların tanımlanma veya kendini tanımlama biçimlerini ele almak için kullanılmaktadır (Brubaker, 1996:10). Bu tür uygulamalar, insanların etkileşim ve sosyal yollar ile kim olduğunu öğrenmesine yardımcı olmakta (Brubaker and Cooper, 2000) bayrak ve marşlar gibi semboller ve uygulamalar kişilerin ortak söylemde birleşmelerini sağlamaktadır (Cerulo, 1995).

Milliyetçiliğin devamlılığı için, ülkeler sahip olduğu milli kimlik/kültürlerin korunması için birtakım önlemler almakta ve bu önlemlerden bir tanesi de yeme içme kültürünü etkileyen turizm sektörüdür. Turizm sektörü ekonomik açıdan olumlu algılanan ve yerel turizmin sürdürülebilirliğini ve millet kimliğinin oluşmasına sağlayan profesyonel bir güç olmasına karşı (Lynch et al., 2010; Lloyd et al., 2015) bazı turizm politikalarında da ekonomik kârlılığın pozitif algı oluşturması toplum için önemli olan milli ve manevi birleştiricilerin göz ardı edilmesine, milli unsurların sürdürülebilirliğinin sektöre uğramasına sebep olabilmektedir.

Bir grubun, bir milletin bütünlüğünü ve fikrini oluşturan törenler, milli sporlar, gastronomi, anıtlar, şarkılar ve danslar, hikayeler ve kahramanlar gibi somut olmayan unsurlar güçlü bir kimliğin ve milli eylem planlarının sunulmasında önemlidir (Magnani and Pistocchi, 2017; Fırıncı, 2017).

Kültürel mirasın özellikle turizm faaliyetlerinde bilinçli kullanılması ve korunması ile kültürel mirasa sahip çıkılması ve kutsallaştırılması turizmin sürekliliği ve milli kimliğin yeniden değerlendirilmesi turizm politikaları açısından önemlidir (Krogseth, 2012). Turizm, kimlik ve miras arasındaki bağlantı için; miras politik kimliğe katkı sağlamakta ve nesne olarak miras turizmi desteklemekte; miras turizmi olarak bireyin mekânları ve politik kimliğini benimsemesini sağlamaktadır (Bui and Lee, 2015:187).

Sembolik güç ve kimlik siyaseti üzerindeki etkileri düşünüldüğünde ulusu oluşturan bireylerin tüketim alışkanlıkları, yiyecekler ve kültürel geçmişleri, aile ortamları, dini kimlik bağları ve örgütsel kimlik bağları milletçiliğin hayatın her alanında uygulandığının bir göstergesidir (Gabaccia, 1998; DeVault, 1991; Ray, 2004; Fine, 1996; Maurer, 2002).

3. Yemek ve Milliyetçilik İlişkisi

Ulusal mutfakların inşası kentleşmeyi, ortak eğitim müfredatını, zorunlu askerliği, medya ve iletişimin ortak kamusal alanlarını, sosyal ve coğrafi hareketliliği gerektiren süreçler sosyolojik bir temele sahiptir ve çeşitli bölge ve etnik kökenlerden insanları ortak düşünce ve/veya davranış kalıplarına sokmaktadır (Colás et al., 2018: 149).

Ulus bilincini korumak ve geliştirmek için ülkeler etnik mutfak kültürü, sponsorlu görsel medya programlarını, yerel yiyecek içecek markalarını ihraç ederek veya yerel ürünlerin başka ülkelerde temin edilmesini kolaylaştırarak, temalı restoranlar ve ulusal gastronomik etkinlikler düzenleyerek kendi mutfaklarının marka imajını oluşturmaktadır (Rockower, 2012; Wilson, 2013; Zhang, 2015).

Fransız Devrimi öncesi yemek, sosyal statü ve gücü simgeleyen araç olarak değerlendirilirken (Lloyd, 2015) devrim sonrası 18. ve 19. yy'da ise yemek kavramı, somut veya soyut coğrafi ve zihinsel sınırları belirleyen ve birey-toplum-devletler arasındaki ilişkileri yansıtan, 'ulusal kimlik-ulusal karakter' olarak belirli yiyeceklere anlam yüklenmesine neden olmuştur (Spang, 2000). Bu düşünce ulusal mutfakların oluşmasına ve bireyin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesine zemin hazırlamıştır.

Tarihçiler, antropologlar, sosyologlar ve diğer akademik alanlarda faaliyet yürüten bilim insanları milliyetçilik akımının farklı bir boyutunu ele alarak, millet algısı ve inşasında yiyeceğin rolünü belirlerken yiyecek mirasını; bir toplumun

yemek kültüründe ortak bir değer olarak kabul edilen, mutfak gereçleri, yemek reçeteleri, tüketim biçimleri ve tüketim mekânlarını içeren soyut ve somut özelliklerin tümü olarak tanımlamıştır (Di Fiore, 2018; Bessière, 2001-2010; Bessière and Tibère, 2010).

Gıda egemenliği yeniden yapılandırılarak, gıda egemenliği kavramının evrensel, bütüncül ve etno-kültürel yönelimlerinin birleştirilerek, ulusun gıda egemenliği kontrolüne şekil vermek gastro-milliyetçilik unsurlarındandır. Gıdanın bir toplumun değerlerini yansıtan özelliği ile halkın sağlığını koruma görevi hükümetlere atfedilerek ulusal bütünlüğün sağlanması açısından gastro-milliyetçilik toplumlara empoze edilmektedir (Conversi, 2016).

Yapılan birçok çalışmada milliyetçilik ile mutfak kültürü arasında bağ açıklanırken mutfakçı iştah ve tat ile toplumsallaştıran, yemek ile kişi arasındaki ilişkiye birden fazla anlam yükleyen (Ferguson, 2004:18), yiyeceğin 'ait' olduğu topluluğu tanımlayan ve devletin sınırlarını belirleyen bir gösterge aracı olarak tanımlanmaktadır. Yemek ve milliyetçilik üzerine yazılan çalışmalar incelenirken sosyal tarih yöntemini, devletin gıda politikaları, devletin jeopolitik konumu ve ulusal kalkınma konuları da incelenmiştir. Bu tanımlara en iyi örnek Kore Savaşı sonrası insanların tüketim alışkanlıklarını değiştirmek gösterilmektedir. Savaş sonrası meydana gelen gıda krizi sonrası Kore hükümeti insanları pirinçten buğdaya dayalı tüketimine ağırlık vermeye yönlendirdiği ve 1980'ler sonrasında ise hükümet belirli bir beslenme planını bir norm olarak belirleyen geleneksel Kore kültürüne odaklanmayı hedeflemiştir (Kim, 2010). 'Sinto buri' (beden ve toprak birdir) fikri ulusal gıdaları korumak ve sürdürebilmek için kültürel aktivizm olarak o dönemlerde ön plana çıkmıştır.

Sosyal tarihin yemek kültürünü etkilemesine örnek olarak Hindistan'ın tarihi ve Hint toplumunun kolonileşme sonrası bağımsızlık sürecinde gıda ve milliyetçilik arasındaki ana dengelerin değişimi gösterilmektedir. Bağımsızlık sonrası Hindistan'da gıda politikaları ile ulus temelinin oluşturulması için gıda güvenliği, yiyeceğin ve araç/gereçlerin bir ulus olarak nasıl kullanılması gerektiğine odaklanmaktadır (Sherman, 2013).

Greene (2018); 21. yy itibari ile Japonya'da tarımsal milliyetçiliğin yükselişini hükümetin gıda güvenliği konusundaki endişelerini ile birleştirerek tarım milliyetçiliği ile hane halkının daha sağlıklı ve daha güvenli besine ulaşabileceğini kavramsallaştırmıştır. Tarımsal milliyetçiliğin genç nesle ulaşabilmesi için hükümet manga ve çizgi roman kullanarak toplumun bazı kesimlerine ulaşmıştır.

Thrift (2014); Moğolistan'da 'yemek ve milliyetçilik' üzerine yaptığı bir çalışmada ulusal gıda maddesi olarak kabul edilen 'tarag' (içilebilir yoğurt) için

güvenilir, miras ve milli kültür değeri bulgularına ve ‘Tarag’ için ‘saflık’ ifadesini kullanmış ve bu ifade medeniyetin saflığını temsil ettiğini vurgulamıştır.

Japonya’da bir yönetim örneği olarak devlet ve gıda politikaları faaliyetlerinde gıdanın sürdürülebilirliği için gıda sorununun bireyden kaynaklandığı ve ‘shokuiku’ denilen bireyin gıda konusunda eğitilmesi ile sorumluluk bilinci geliştirilerek bireyden ulusa doğru ‘gıda reformu’ politikaları uygulanarak gıdanın ve tarımın bozulmaması için milliyetçiliğin birleştirici rolü kullanılmıştır (Kimura, 2011). Japonya gibi endüstriyel olarak gelişmiş ülkelerde gıda, ulusal hükümetlerin ‘nüfusun beslenmesini sağlamak’ için bir siyasi mesele olarak düşünülmektedir. Çünkü birey yemek yeme eylemini gerçekleştirirken bu eylemin bilincinde olmadan tüketime devam etmektedir. ‘Ne yediği, nerede ve ne zaman yediği, neden yediği ve nasıl yediği gibi sosyolojik ve fizyolojik gereksinimlerin karşılığı olan bu soruların cevabı bireyin fark etmeden ait olduğu toplumun bayrağını taşımasına benzemektedir. Bu tanım ‘sıradan milliyetçilik’ olarak literatürde yer alan mecazî bir açıklamadır (Billig, 1995:8).

Litvanya’daki ‘cepelinai’ olarak adlandırılan ‘Zeplin’ olarak tercüme edilen kıyma, peynir ve domuz pastırmasından hazırlanan ulusal yemekleri Litvanya halkı için pazar öğle yemeklerinde ülkenin ve dünyanın farklı noktalarında yaşayan yurttaşları bir araya getiren sosyal toplantıların sembolü olarak kabul edilmektedir. ‘Zeplin’ Litvanya için Avrupalılaştırıcı, küreselleştiren ve yerel kimlik unsuru olarak değerlendirilen bir yemektir (Mincyte, 2008)

Ulusal gıdalar ve yerel kimlikler küresel olarak tanımlanırken İngiliz çayının ‘geleneksel’ olarak toplum göstergesi olarak yansıtılması, İngiltere’nin sömürgesinde olan toprakların sınırlarında üretilen çay yaprakları, şeker ve kullanılan porselen (çay takımı) sömürge topraklarında tüketim kültürlerinde İngilizlerin ulusal kimliklerinin ve tüketim pratiklerinin somut olarak yerleşmesine neden olmuştur (Mincyte, 2008).

4. Gastro-Milliyetçilik

Yemek ve tüketim alışkanlıkları, ulusal kimliğin belirgin yansıtıldığı ifadelerden bazıları olarak kabul edilmektedir. Her toplum zaman içinde tüketim alışkanlıkları ve tercih ettiği gıdalar doğrultusunda ‘ulusal mutfak’ kültürünün gelişimini şekillendirmektedir. Ulusal mutfak; sınırlı temel gıdalar, özgün yemek hazırlama teknikleri, özgün yemek çeşitleri, sofrada ve tarladan sofraya gıda zinciri olarak 5 ana unsurla karakteriz edilmektedir (Belasco; 2008).

Ulusal mutfak kültürü değişime uğrayarak, bazı geleneklerin uygulanmaması gibi etkiler ile sürekli bir dönüşüm halindedir. Ulusal mutfak kavramı sabit kalmış ve kalıplaşmış kültürel yemek öğelerinin devamlılığı olarak düşünülse de yerel veya özgün mutfak kültürü eski çağlardan itibaren ekonomik, sosyolojik,

kültürel hareketlerin sonucu kesintisiz olarak dönüşmeye devam etmiştir (Bell and Valentine, 1997:169). Yemek, kendi toplumunun diğer toplumlara karşı hakimiyet elde etmesine, kendi değerlerinin benimsenmesine ve yayılmasına aracı olan, endüstriyel üretim sağlayarak birçok farklı coğrafyada temin edilmesine kolaylık tanıyan bir kültür ögesidir (Yurdigül, 2010;152).

Yemek söylemleri, esas olarak gündelik davranışların örgütlenmesi ile uygulanmayı amaçlayan, bu uygulamalar sırasında kişi kendi kimliğini ve ulus kimliğinin şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Bu söylemler bireyleri ulus-devlet gibi yönetim organına bağlayan bireysel hayatlarını yönetmek için iktidar tarafından uygulanan mekanizmaları ifade eden biyopolitik bir araçtır (Foucault, 2007:120; Covey, 2000; Lien, 2004).

Ortak değer olarak kabul edilen yemek kültürünün sürdürülebilirliği, korunması ve somutlaştırılması için kullanılan gastro-milliyetçilik kavramı etnik köken, inanç ve sosyal sınıf gibi sınıflandırılmış toplumun farklı kesimlerinin milli duyguların motivasyon kaynağı olarak kullanılması ile bir araya getirilmesi olarak ifade edilmektedir (Cusack, 2004:134).

Gıda ve milliyetçilik (ulusal kimlik) arasındaki ilişkiyi tanımlayan gastro-milliyetçilik (DeSoucey, 2010), gıda vatanseverliği (Yormirzoev and Teuber, 2019), gıda etnosentrizmi (Orth and Firbasova, 2003) veya tüketici milliyetçiliği (Castelló and Mihelj, 2018) gibi çeşitli kavramlar literatürde yer almaktadır. Gastro-milliyetçilik kavramının özü tüketicinin yerli ve bölgesel ürünleri tercih etmesi ve ulusal kimliği oluşturmak için etik bir ihtiyaç ve inanç algısının geliştirilme fikridir (Najdený et al. 2022).

Gastro-milliyetçilik kavramı William Swart tarafından kullanılmıştır. Gastro-milliyetçilik, ulusal bağlılığın duygusal gücünü sınırlamak ve sürdürmek için gıda üretimi, dağıtımı ve tüketiminin kullanılmasının yanı sıra gıda üretmek ve pazarlamak için milliyetçi duyguların kullanılmasını ifade etmektedir (Desoucey, 2010). Desoucey (2010, 433) tarafından gastro-milliyetçilik yaklaşımı, küreselleşme ve monotonlaşma olarak değerlendirilen homojen olma anlayışının aksine, devlet tarafından gıdanın sembolik sınırlarının ihlal edilmemesi için uygulamaya koyulan bir savunma mekanizma olduğunu ifade etmiştir. Gıdanın üretimi, dağıtımı, tüketimi, pazarlanması ve sürdürülebilirliği, gıda maddelerinin kurumsallaştırılması ve korunmasını teşvik etmek için ulusal kimliklerin ve değerlerin kullanılması olarak ifade edilmektedir.

Gastro-milliyetçilik, yemeğin ulusal anlamının toplumsal üretimindeki rolünü vurgulayan, toplumların makro ve mikro düzeylerinde milliyetçiliği teşvik eden gıda ürünleri ile ilgili bir dizi maddi ve sembolik uygulama olarak tanımlanmakta, tek kültürlülük ile çok kültürlülük arasındaki farkı ortaya koymaktadır (Leer, 2018). Gastro-milliyetçi kavramını hem yerel yiyecek kültürünü hem de yerel

kimliği uluslararası boyutlarda temsil eden çok amaçlı bir araç olması nedeniyle bir toplumun gıda politikalarına yöneltilen düşünce veya eleştiriler sadece gıda için değil, aynı zamanda gıdanın ait olduğu toplum ve kültür için yöneltildiği varsayılmaktadır (DeSoucey, 2010:433).

Gastro-milliyetçilik, gıdaları şekillendiren maddi, ticari ve kurumsal süreçleri araştırma nesnelere haline getirerek, gıdaların sosyal ve kültürel niteliklerini siyasete bağlamaktadır. Bu tür dinamikler nadiren kendi başlarına sosyolojik araştırmaların konularıdır, ancak kayda değer istisnalar vardır. Bunlar Mennell'in (1985) Fransız ve İngiliz ulusçuluğun sınıflar arası belirteçleri olarak belirli yiyecek ve mutfaklardaki tatlar hakkındaki fikirlerin geliştirilmesinde yer alan güçlü yönlerini incelemesini içermektedir.

Warde (1997-2009) yiyecek alışverişi ve statüsü arasındaki ilişkileri tarihselleştiren tüketim çalışmaları ve ulus inşasının sembolik bir aracı olarak İngiliz mutfağının yakın zamanda 'icadı' ve Ferguson'un (1998-2004) Fransız mutfağının tarihsel gelişiminin stratejik olarak kültürel ideoloji araçlarıyla nasıl bağlantılı olduğu keşfetmesini sağlamıştır. Gastronominin 19. yüzyılda 'mutfak milliyetçiliği' ile Fransa ayrı bir kimlik kazanmıştır. Gastro-milliyetçilik vakalarında devlet, kültürel mallar olarak gıda üretimi ve dağıtımını ideolojik bir araç kullanarak piyasaya müdahale etmektedir. Gastro-milliyetçilik böylece devletten gıda üreticilerinin ve tüketicilerin yaşamış deneyimlerine kadar küreselleşme etrafındaki makro ve mikro düzeydeki kaygıları birbirine bağlamaktadır.

Gastro-milliyetçilik bir milletin günlük değerlerini devletin etkisi olmadan somut olarak temsil eden 'aşağıdan yukarıya' veya devletin somut etkisi olan destek, koruma, reklâm, slogan (yerli üretime teşvik etmek vb.) 'yukarıdan aşağıya' şeklinde ayrılmaktadır (Ichijo and Ranta, 2016). Gastro-milliyetçilikte, ulusal kimliğin farklı ulusal yiyecek ve içecek üretim, hazırlama ve tüketim tarzlarında sembolik temsilinin esas alınması ile uluslarının kendi kültürlerinin benzersiz yemek kültürleri ve mutfakları olduğu fikri ön plana çıkmaktadır. 16. yy sonrası Avrupa'da yaşanan siyasi, ekonomik ve kültürel değişim ulusal kimlik ile ulusal mutfak fikrinin gelişmesine neden olmuştur. Ancak modern ulus-devletlerde ulusun tüm üyeleri paylaşılan ortak mutfak değerleri yoktur. Belirli coğrafi sınırlar içinde yaşayan ortak (sınıf, din, etnik köken) kültürel değere sahip insanların çeşitli şekillerde kendilerine özgü bölgesel veya yöresel tüketim biçimleri vardır. Belirli ulusal yiyecek ve içeceklerin tüketimi ve bunları tüketmenin farklı yolları ulusal kimliğin oluşmasında ve yemek ile toplumun özdeşleşmesinde etkilidir (Edwards, 2019).

Ulusal ve uluslararası pazarlama sektöründe gastro-milliyetçilik, bireyin ait olduğu ulusun yemek değerlerini benimsemesi ve bu değerleri iletmesi ile

değerlere sahip çıkacak yasaların düzenlenmesi neticesinde pazarda daha kolay konumlanmasına olanak sağlamaktadır (DeSoucey, 2010:435-441).

Gastro-milliyetçilik kavramının gelişmesi için sınırları belli olan coğrafyanın ve bir ulusun milli değeri olarak kabul edilen gıda ve yemeklerin coğrafi işaret alması, gıda sürdürülebilirliği, gıdanın katma değer kazanması, yerel üreticilerin gelir elde etmesi, kaynakların geliştirmesi ve destek alınması gerekmektedir (DeSoucey, 2010). Yerel ürünlerin belirli kurallar ile niteliğini belirleyen coğrafi işaret sayesinde, gıda orijinallliğini koruyarak uluslararası pazarda daha kolay konumlanarak, ait olduğu ülke/bölgeye mikro veya makro seviyede katkı sağlayarak, kalkınmaya destek verir ve yöresel ürünlerin tanınırlığını arttırmaktadır (Orhan, 2010).

Gastro-milliyetçilik ile gastrodiplomasi literatürde birlikte incelenen bir kavramdır. Gastro-milliyetçilik, milli duygular ön plânda tutularak, gıdanın üretim, tüketim, dağıtım ve pazarlama aşamalarında etkin güç olarak ulusal bağ veya milli duygular kullanılması; ulusal mutfağın tanıtımı yapılarak ulusal ve uluslararası alanlarda farkındalık oluşturulması olarak tanımlanmaktadır (Bucak ve Yiğit, 2019; Yıldırım, 2020; Chapple-Sokol, 2013).

Gastro-milliyetçilik küreselleşmenin fiziki ve soyut sınırları kaldırması ile hem ticari hem de kültürel olarak toplumların birbirleri ile etkileşimde bulunmasını, bu etkileşimlerin yeni kültürlere ve yeni mutfaklara ulaşılabilirliği ve deneyimleme konusunda kolaylık sağladığı için yerel mutfakların değişimi, özünü kaybetmesi, daha az tercih edilmesi gibi olumsuzluklara karşı geleneksel yiyeceklerin ve yerel mutfağın korunması, ulusal ve uluslararası pazarda tüketimine teşvik etmesi açısından önemlidir (Türker, 2018:15; Yurdigül, 2010:152; Caldwell, 2002:297).

Gastro-milliyetçilik anlayışında yerel değerlerin küresel alana nakledilmesinde yemek kültürü öznel bir miras değer taşıdığı için evrensel kriterlere belirlenerek, 'otantik' yemek kültürü korunması amaçlanmaktadır. Bu amaca örnek olarak İtalyan yerel mutfak kültürünün korunması ve sürdürülebilirliği için 'slow food' akımına öncülük ederek milli mutfağın yaşatılması verilmektedir (Bucak ve Yiğit, 2019:1309).

Gastro-milliyetçilik, bir ulusun ulusal mutfak kültürünün ve milli unsurların belirlerken bilinç oluşturması, devletin geliştirdiği uygulamalar ile kültürel kimliğin pekiştirilmesi, yemeğin milli kimliğinin uluslararası platformlarda hangi özelliklerinin vurgulanacağı gibi araştırmaların kavramsallaştırılmasıdır. Yemek festivallerinin düzenlenmesi, ulusal mutfağın tarih içinde değişimini içeren yazılı somut kaynakların olması, UNESCO listesine dahil edilmesi gibi yemeğin kimliğini gösterilen değer gastro-milliyetçiliğin temel parametreleri olarak kabul edilmektedir (Şahin, 2017).

5. Sonuç

Yemek sosyolojik, psikolojik, antropolojik, politik gibi birçok farklı bilim alanına konu olmuş ve yapılan çalışmalar birden fazla disiplinler arası literatürde yer almış bir araçtır. Özellikle antropoloji alanında yapılan çalışmalar kişinin tüketim alışkanlığı ile tercih ettiği yemekler arasında bir ilişki kurarak kişinin kimliğini ortaya çıkardığını belirlemiştir. Antropolojik çalışmalar coğrafya, tarih, kültür, sosyoloji gibi alanlarda yapılan çalışmalar ile desteklenerek zaman içinde değişen yemek algısı ve tüketici davranışını açıklamaya çalışmıştır. Bu çalışmalar ile yemek bir ulusun inşa edilmesi, kimliğin korunması ve belirlenmesi gibi somut olmayan kültürel değerlerin oluşturulmasında kullanılmıştır. Yemek ve kimlik kavramları ulus kimliğinin ortaya çıkmasına, yemeğe bakış açısının değişmesine, yerel mutfak kültürünün oluşmasına ve gastro-milliyetçilik (yemek milliyetçiliği) kavramının şekillenmesine neden olmuştur.

Gıda ve yemek ulusal kimliğin önemli bağlantı noktalarından biri olarak değerlendirilmektedir. Kişinin psikolojik ve fizyolojik olarak hayatını idame ettirebilmesi için belirli aralıklarla yemek yemesi gerekir ve bu eylemi gerçekleştirirken bilinçdışı olarak ait olduğu kültürün/ulusun yemek yeme alışkanlıklarını takip ederek tüketim yapmaktadır. Bu tüketim alışkanlığı yerel gıda, geleneksel hazırlama teknikleri, geleneksel tüketim davranışı gibi genel olarak ulusal kimliği gösteren bazı özellikleri ile ilişkilidir. Ulusal yemek kültürü bireyler arasında eşitlik, dayanışma gibi sosyal ilişkileri güçlendiren etkiye de sahiptir.

Gastro-milliyetçilik belli bir ülkede yiyeceğe ne anlam yüklediği, ulusal kimlik ile beslenme alışkanlığının eşleşmesini ve uluslararası sistemde gıdaya atıfta bulunan bir milliyetçilik ifadesidir. Bu kavram ile yaşanan kültürün, coğrafyanın anlaşılmasına ve sahip çıkılmasına, ulusal kimliklerin belirlenmesine, toplumların birleşmesine veya ayrılmasına neden olan, kültürel sınırların belirlenmesine veya daha önce belirlenen sınırların yeniden değerlendirilmesine neden olmuştur. Gastro-milliyetçilik kavramı küreselleşmenin hızlı olarak yayılması sonucu ulusal sınırların korunması için geliştirilen bir mekanizmayı temsil etmektedir.

Gastro-milliyetçilik, yemeğin somut varlığından ziyade kimliklerin, kültürlerin ve fikirlerin biçimlenmesinde, sembolik olarak bir iletişim dili olarak kullanılmasında, kimliği üreten ve ortak değeri paylaşma hissi veren bir sosyal araç olarak değerlendirilmektedir. Bu kavramın bireyleri hem birleştiren hem de ayırıştıran yönleri de vardır. Bu tanım 'biz' ve 'öteki' ayrımının yapılmasına, bireylerin dil, din, etnik köken gibi doğrudan veya dolaylı olarak tüketim alışkanlığını ve bir topluma 'ait' olma hakkını etkileyen faktörlerin belirlenmesine, kişinin ötekileşmesine, aynı kültürel değerleri paylaşmayan kişiler arasında ayrışmalara da sebep olan olumsuz yönleri sahiptir.

6. KAYNAKÇA

- Appadurai, A. (1988). How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India. *Comparative Studies in Society and History*, 30(1), 3-24.
- Balibar, E. (1991). Ulus Biçimi: Tarih ve İdeoloji. E. Balibar & I. Wallerstein (der) Irk, Ulus, Sınıf. Belirsiz Kimlikler. İstanbul: Metis Yayınları, 109-133.
- Belasco, W. (2008). *Food: The Key Concepts*. Oxford: Berg.
- Belasco, W., J., Scranton, P. (2002). *Food Nations: Selling Taste in Consumer Societies*. London: Routledge.
- Bell, D., Valentine, G. (1997). *Consuming Geographies: We Are Where We Eat*. London. Psychology Press.
- Bessièrè, J. (2001). Valorisation du Patrimoine Gastronomique et Développement Territorial: Le Haut Plateau de l'Aubrac, Le Pays de Roquefort et le Périgord Noir, Paris: L'Harmattan.
- Bessièrè, J. (2010). Patrimoine Alimentaire et Innovations Essai d'Analyse Typologique sur Trois Territoires de la Région Midi-Pyrénées. ISDA.
- Bessièrè, J., Tibère, L. (2010). L'innovation dans les Processus de Valorisation des Patrimoines Alimentaires en Espace Rural. Étude pour la Mise en Place D'outils de Gestion et d'Accompagnement, Versailles: Editions Quae.
- Billig, M. (1995). *Banal Nationalism*. Londra: Sage, 1997.
- Bora, T. (1995). *Milliyetçiliğin Kara Baharı*. İstanbul: Birikim.
- Bucak, T., Yiğit, S. (2019). Gastromilliyetçilik ve Gastrodiplomasi Kavramları Üzerine Bir Değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(4), 1305-1320.
- Brubaker, R. (1996). *Nationalism Reframed: Nationhood and the National Question in the New Europe*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Brubaker, R. and Cooper, F. (2000). 'Beyond' 'Identity'. *Theory & Society*. 29(1), 1-47.
- Bui, H., T., Lee, T., J. (2015). Commodification and Politicization of Heritage: Implications for Heritage Tourism at the Imperial Citadel of Thang Long, Hanoi (Vietnam). *ASEAS- Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 8(2), 187-202.
- Caldwell, M. (2002). The Taste of Nationalism: Food Politics in Postsocialist Moscow. *Ethnos: Journal of Anthropology*, 67(3), 295-319.
- Calhoun, C. (1997). *Nationalism*, Buckingham: Open University Press.

- Castelló, E., and Mihelj, S. (2018). Selling and Consuming the Nation: Understanding Consumer Nationalism. *Journal of Consumer Culture*, 18, 558-576.
- Cerulo, K., A. (1995). *Identity Designs: The Sights and Sounds of a Nation*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.
- Chapple-Sokol, S. (2013). Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8, 161-183.
- Colás, A., Edwards, J., Levi, J., Zubaida, S. (2018). *Food, Politics and Society: Social Theory and the Modern Food System*. Oakland, CA: University of California Press.
- Conversi, D. (2016). Sovereignty in a Changing World from Westphalia to Food Sovereignty. *Globalizations*, 13(4), 484-498.
- Convey, J. (2000). *Food, Morals and Meaning: The Pleasure and Anxiety of Eating*. London: Routledge.
- Counihan, C. (1999). *The Anthropology of Food and Body: Gender, Meaning and Power*. New York, Routledge.
- Counihan, C., van Esterik, P. (1997). Introduction. In *Food and Culture: A Reader*. New York, Routledge, p: 1-7.
- Cusack, I. (2004). Equatorial Guinea's National Cuisine is Simply and Tasty: Cuisine and the Making of National Cuisine. *Arizona Journal of Hispanic Cultural Studies*, 8,131-148.
- DeSoucey, M. (2010). Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in European Union. *American Sociological Review*. 75(3): 432-455.
- DeVault, M., L. (1991). *Feeding the Family. The Social Organisation of Caring as Gendered Work*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Di Fiore, L. (2018). Bibliography 'Food as Heritage', *Storicamente* 14(3).
- Duffus, L., R. (2015). Proceeding of the 1987 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. IN: *Nationalism and the Consumer: Is it Really Important?* New York: Springer, 186-190."
- Edwards, J. (2019). O, The Roast Beef of Old England! Brexit and Gastronationalism. *The Political Quarterly*, 90(4), 629-636.
- Ferguson, P., P. (1998). A Cultural Field in the Making. *Gastronomy in 19th Century France*. *American Journal of Sociology*. 104, 597-641.
- Ferguson, P., P. (2004). *Accounting for Taste: The Triumph of French Cuisine*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Fırıncı, Y. (2017). Milli Miras Odaklı bütüncül Turizm Politikaları Üzerine Temel Değerlendirmeler. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*. 2(2), 211-227.

- Fine, G., A. (1996). *Kitchens: The Culture of Restaurant Work*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Fischler, C. (1988). Food, Self and Identity. *Social Science Information*, 27, 275-293.
- Foucault, M. (2007). *Security, Terrority, Population: Lectures at the Collège de France. 1977-1978*. Trans. Graham Burchell. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Gabaccia, D., R. (1998). *We Are What We Eat: Ethnic Food and the Making of Americans*. Cambridge, MA: Harvard University Press, General Agreement on Tariffs and Trade.
- Golledge, R., J., Stimson, R., J. (1997). *Spatial Behaviour: A Geographical Perspective*. New York: The Guilford Press.
- Greene, B. (2018). Moyashimon and Agrarian Nationalism: The Transition from Policy to Pop Culture. *Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*, 18(2).
- Hobsbawm, E., J., Ranger, T., O. (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ichijo, A., Ranta, R. (2016). *Food, National Identity and Nationalism: From Everyday to Global Politics*. New York: Palgrave Macmillan.
- Jenkins, R. (1994). Rethinking Ethnicity: Identity, Categorization and Power. *Ethnic and Racial Studies*, 17(2): 197-223.
- Kim, K., O. (2010). Rica Cuisine and Cultural Practice in Contemporary Korean Dietary Life. *Korea Journal*, 50(1): 11-35.
- Kimura, A., H. (2011). Nationalism, Patriarchy and Moralism: The Government-Fed Food Reform in Contemporary Japan. *Food and Foodways*, 19:201-227.
- Krogseth, O. (2012). Names and Collective Identity, in B. Helland, C.-E. Ore & S. Wikstrøm (eds.) *Names and Identities*. Oslo Studies in Language 4(2), 161-166.
- Leer, J. (2018). Monocultural and Multicultural Gastronomiyonalism: National Narratives in European Food Shows. *European Journal of Cultural Studies*, 22(5-6): 817-834.
- Lien, M., E. (2004). 'The Politics of Food: Introduction' in Marianne Elizabeth Lien and Brigitte Nerlich (eds), *The Politics of Food*. Oxford: Berg.
- Lloyd, P. (2015). *Food and Identity in England, 1540-1640: Eating to Impress*, London- New York: Bloomsbury Academic.
- Lloyd, K., Suchet-Pearson, S., Wright, S., Tofa, M., Rowland, C., Burarrwanga, L., Ganambarr, R., Ganambarr, M., Ganambarr, B., Maymuru, D. (2015). *Transforming and Culturalising Commerce. Indigenous Tourism at*

- Bawaka in Northern Australia. *The International Indigenous Policy Journal*, 6(4).
- Lynch, M., F., Duinker, P., Sheehan, L., Chute, J. (2010). Sustainable Mi'kmaw Cultural Tourism Development in Nova Scotia. Canada: Examining Cultural Tourist and Mi'kmaw Perspectives. *Journal of Sustainable Tourism*. 18(4), 539-556.
- Magnani, E., Pistocchi, F. (2017). The Role of Lighthouses in the Construction of Coastal Identities *Alma Tourism Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*.
- Maurer, D. (2002). *Vegetarianism: Movement or Moment?* Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Mennell, S. (1985). *All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*. New York. Basil Blackwell.
- Mincyte, D. (2008). Food Culture, Globalization and Nationalism: Zeppelins in the Lithuanian Imagination. *National Council for Eurasian and East European Research*, Seattle.
- Moissio, R., Arnould, E., J., Price, L., L. (2004). Between Mothers and Markets Constructing Family Identity Through Homemade Food. *Journal of Consumer Culture*, 4(3):361-384.
- Montanari, M. (2013). *L'identità Italiana in Cucina*. Bari, Laterza.
- Najdený, N., Križan, F., Gurňák, D., Bilková, K. (2022). Buy Domestic? Emerging Food Nationalism in Slovakia. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*. 113(4), 382-396.
- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 2, 243-254.
- Orth, U., R., and Firasova, Z. (2003). The Role of Consumer Ethnocentrism in Food Product Evaluation. *Agribusiness: An International Journal*, 19, 137-153.
- Ray, K. (2004). *The Migrant's Tables: Meals and Memories in Bengali-American Households* Philadelphia, PA. Temple University Press.
- Rockower, P. (2012). Recipes for Gastrodiplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(3), 235-246.
- Sherman, T., C. (2013). From Grow more Food to Miss a Meal: Hunger. Development and the Limits of Post-Colonial Nationalism in India, 1947-57. *South Asia. Journal of South Asian Studies*, 36(4): 571-588.
- Smith, A., D. (1991). *Myths and Memories of the Nation*. Oxford: Oxford University Press.

- Smith, A., D. (2013). Milliyetçilik. (Çevirmen: Ümit Hüsrev Yolsal). Atıf Yayınları. Ankara.
- Spang, R. (2000). *The Invention of the Restaurant: Paris and Modern Gastronomic Culture*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Spilková, J. (2018). 'Tell me Where You Shop and I will Tell You Who You'. *Czech Shopper Profils According to Traditional, Large-Scale and Alternative Retail Options*. *Moravian Geographical Reports*, 26:186-198.
- Şahin, A. (2017). Gastromilliyetçilik Kavramının İncelenmesi: Coğrafi İşaret ve Markalaşma Faktörleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(48), 459-464.
- Thrift, E. (2014). Pure Milk: Dairy Production and the Discourse of Purity in Mongolia. *Asian Ethnicity*, 15(4): 492-513.
- Tobin, J. (1992). Introduction. Domesticating the West. In *Re-Made in Japan: Everyday Life and Consumer Taste in a Changing Society*. New Haven, Yale University Press, p: 1-41.
- Türker, N. (2018). Gastrodiplomasi Türk Mutfağının Tanıtımında Bir Araç Olarak Kullanılabilir mi? *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 14-29.
- Warde, A. (1997). *Consumption, Food and Taste*. London: Sage Publications.
- Wilson, R. (2013). *Cocina Peruana Para el Mundo: Gastrodiplomacy, the Culinary National Brand and the Context of National Cuisine in Peru*. *The Journal of Public Diplomacy*. 2(1), 13-21.
- Yıldırım, E. (2020). Gastromilliyetçilik ve Gastrodiplomasi Arasındaki İlişki Üzerine Teoriden Pratiğe Bir Bakış. *Kapadokya Akademik Bakış*, 76-99.
- Yormirzoev, M., R., Teuber, T., L. (2019). Food Quality and Food Patriotism: Russian Consume's' Preferences for Cheese after the Food Import Ban. *British Food Journal*, 121, 371-385.
- Yurdigül, A. (2010). *Kültür Endüstrisi Bağlamında Yemek Kültürü Eleştirisi*. Erzurum Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Zhang, J. (2015). The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns. *International Journal of Communication*, vol:9, 568-591.

7. Bölüm

İran Kirmanşah/Gerehban Bölgesinde Yer Alan Ehl-i Hak Mezar Taşları Örneğinde Türk Kültüründe Mezar Taşları

İbrahim Karaca¹

¹ Dr., Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Halkbilimi Bölümü Araştırma Görevlisi, ibrahimkaraca@erciyes.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1563-7584>.

Giriş

Türk kültürü, yapısı ve yayılımı nedeniyle siyasi sınırları aşan bir yapı göstermektedir. Doğuda Çin denizi, batıda Avrupa içlerine kadar bir yayılım göstermektedir. Tarih boyunca kurulmuş Türk devletleri beraberlerinde Orta Asya'dan götördükleri kültürel öğeleri de götürmüşlerdir. Bu kültürel öğeler bazen yeni inanışların ortaya çıkmasını sağlamış bazen ise yerli kültür üzerine etkiler meydana getirmiştir. Bu durumun en güzel örneğini Ehl-i Hak inancı oluşturmaktadır. Ehl-i Hak inancı bünyesinde Orta Asya merkezli inançlardan izler taşımaktadır. Çalışmaya konu olan mezar taşları İran'ın Kirmanşah şehrinde bulunan Gerehban kasabasında bulunmaktadır. Mezar taşları Ehl-i Hak hanedanları içerisinde bulunan Ateşbeyi hanedanına aittir. Türkçe konuşan Ateşbeyiler, Ehl-i Hak değerler sistemi içerisinde önemli bir yerde bulunmaktadırlar.

Bu çalışmanın amacı Ehl-i Haklara ait Gerehban bölgesinde yer alan mezar taşlarını Türk kültürü bağlamında incelemektir. Bölgede bulunan mezar taşlarında Türk kültür öğelerini içeren, keçi, geyik, at, süvari, kılıç, teke motifleri bulunmaktadır. Ayrıca mezar taşlarında inanca ait özelliklerde bulunmaktadır. Bu ve benzeri motifler Anadolu'da yaşayan Alevi-Bektaşî topluluklarına ait mezarlarda da görülmektedir. Benzer şekilde benzer motifler Orta Asya'daki topluluklarda da görülmektedir.

Çalışmanın yöntemini etnografik alan çalışması oluşturmaktadır. 2017-2019 yıllarında İran/Kirmanşah şehri merkezli yapılan saha çalışmasından elde edilen veriler bu çalışmaya kaynaklık etmiştir. Sahada katılımlı gözlem yapılarak Ehl-i Haklar ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca inanca ait olan Farsça ilk elden kaynaklardan da veriler elde edilmiştir. Farsça kaynakların başında Ehl-i Hakların yazılı kaynaklarını oluşturan kelimeler gelmektedir. Kelamlar, başlarda sözlü olarak aktarılmışlar daha sonrasında yazıya geçirilmişlerdir. Sultan İshak'a atfedilen en önemli kelimeler defteri Kelam-ı Serencam adını taşımaktadır. Günümüzde bu kitabı 1985 yılında Sadık Safizade Kelam-ı Serencam adı ile yayınlamıştır. Kelam defterlerinden ve yazılı kaynaklardan Ehl-i Haklara ait ölüm ile ilgili verilere ulaşılmıştır.

1. Ehl-i Hak İnancı

Ehl-i Hak inancı 1300'lü yıllarda Irak devleti sınırları içerisinde yer alan Süleymaniye bölgesine bağlı Berzence köyünde doğduğu varsayılan Sultan İshak tarafından kurulmuştur. Sultan İshak, kırk yaşına geldiğinde İran'a göçmüştür. Sultan İshak, İran'da Perdiver adı verilen ve bölgenin günümüzdeki adı Pave olan bölgeye yerleşmiştir. Burada inancını yayma imkânı bulmuştur. Günümüzde İran'ın batı bölgelerinde yaşayan Ehl-i Haklarda hulul ve tenasüh gibi inanışlar

bulunmaktadır. Bu çalışmanın konusunu oluşturan Ateşbeyiler, Türk Ehl-i Haklardır. Ateşbeyiler, Ehl-i Hak topluluğu içerisinde yer alan on bir hanedandan birisidir. Ateşbeyilerin merkezi Kirmanşah eyaletine bağlı Gerehban bölgesidir. Burada bulunan yapılar topluluğu 18.yy'da oluşturulmaya başlanmıştır. Cemhane, yemekhane, konaklama yerleri ve mezarlığın bulunduğu yapılar topluluğunun günümüzde çok sayıda ziyaretçisi bulunmaktadır.

Ehl-i Hak inancı, Sultan İshak tarafından kurulmuştur. Sultan İshak, bir süre sonra Süleymaniye'den İran Perdiver'e göç etmiştir. İnancın yayılması İran Perdiver'de olmuştur. Bu nedenle günümüzde Ehl-i Hakların büyük çoğunluğu İran'da yaşamaktadır. Sultan İshak'ın yaşadığı dönem Moğolların tüm İran'ı ele geçirmesinin yaşandığı döneme denk gelmektedir. Moğol istilası ve akınları bölgede yaşayan insanlar üzerinde dini, mistik etkiler meydana getirmiştir. Bunun sonucu olarak Ehl-i Hak inancı geniş kitlelere ulaşmıştır. Moğollar hem nüfus hem de kültürel boyutta bölgeyi etkilemişlerdir. Moğolların önünden Ön Asya'ya gelen nüfus içerisinde yeni Müslüman olmaya başlamış Türkler bulunmaktaydı. Bu Türklerin beraberlerinde getirdikleri kültürel öğeler bölgede yaşayan topluluklar üzerine etkileri olmuştur. Ayrıca bu kültürel öğeler yeni topluluk ve inançların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Şüphesiz Ehl-i Hak inancı ve topluluğu da bu etkinin bir sonucudur. Çünkü Ehl-i Hak inancı içerisinde Türklerin Müslüman olmadan inandıkları geleneksel Türk dininden izler bulunmaktadır. Bu inançların başında atalar kültü bulunmaktadır. Ayrıca Ehl-i Hak inancı içerisinde yer alan birçok anlatı Türk inançlarından izler taşımaktadır. Ehl-i Haklar özellikle Anadolu'da yaşayan Alevi-Bektaşî topluluklar ile benzer mit ve ritüellere sahiptirler. Alevilerin başlıca ibadetleri olan Cem töreni aynı şekilde Ehl-i Haklar tarafından da yapılmaktadır. Dünyanın yaratılışı mitleri her iki toplulukta da benzerdir. Ehl-i Haklarda yer alan Tanbur Alevilerin sazı ile benzer anlamları ifade etmektedir. Ehl-i Hak erkekleri de Alevi erkekleri gibi bıyıklarını kesmezler. Hacı Bektaş-ı Veli her iki toplulukta da kutsal kabul edilmektedir. Bu çalışmada belirtilen mezar taşlarının Anadolu'da Alevi-Bektaşî topluluklarda yer alan mezar taşlarına benzemesi, Türk kültürünün ve devamlılığının bir sonucudur.

Sultan İshak, inancının kuruluşunu sağlamış ve inanç içerisinde yer alan temel unsurları belirleyip kaybolmuştur. Bu esasların başında, zuhur inancı yer almaktadır. Ehl-i Haklar'da Zuhur kavramı Tanrı'nın insan şeklinde ortaya çıkması anlamına gelmektedir. Ehl-i Hak inancı içerisinde yer alan ve önemli bir esasta 'Donadon' inancıdır. Ehl-i Hak inancı içerisinde yer alan 'Donadon' ise kişilerin öldükten sonra başka bir beden ile tekrar dünyaya gelmeleri anlamına gelmektedir. Bu iki esas Ehl-i Hak inancının temelini meydana getirmektedir. Cem, nezr, oruç gibi ibadetleri bulunan Ehl-i Haklarda cemhane adında

ibadethaneler bulunmaktadır. Cemhaneler genellikle Ehl-i Haklar'ın yoğun olarak yaşadıkları bölgelerde bulunmaktadır.

Günümüzde Ehl-i Haklar on bir farklı Hanedan veya Ocak'tan meydana gelmektedirler. Bunlardan en önemlisi ve Ehl-i Hak nüfusunun çoğunu oluşturan Ateşbeyiler Türkçe konuşmaktadır. Merkezleri Kirmanşah'a bağlı Gerehban köyüdür. Çalışmaya konu olan Mezar taşları bu bölgede bulunmaktadır (Karaca, 2020: 10). Önemle belirtmek gerekir ki çalışmaya konu olan mezar taşları sadece Türk olan Ehl-i Haklarda bulunmaktadır. Bu tip desenli mezar taşlarına Gorani olan Ehl-i Haklarda görülmemektedir.

Ehl-i Haklar, özellikle batılı araştırmacıların çalışmaları nedeni ile Ali İlahi olarak adlandırılmışlardır. Bu adlandırma doğru olmamakla beraber Ehl-i Haklar bu adlandırmaya karşı çıkmaktadır. Ehl-i Hakların büyük çoğunluğu İran'da yaşamaktadır. İran haricinde bir kısım Ehl-i Hak Irak'ın Süleymaniye şehrinde yaşamaktadır. Irak'ta yaşayan Ehl-i Haklar Kakai adı ile anılmaktadırlar. Kakailer Türkçe konuşmaktadırlar.

2. Türk kültüründe Ölüm ve Mezar taşları

Türkler, Orta Asya'dan Balkanlara kadar geniş bir coğrafyada hüküm sürmüşlerdir. Bu geniş coğrafya içerisine hem farklı topluluklara etkiler gerçekleştirmişler hem de yeni toplulukların ortaya çıkmasını sağlamışlardır. Bu kültürel izlerin başında şüphesiz mezar taşları yer almaktadır. Bu bağlamda geleneksel inançtaki Türkler ölümü, ruh veya canı ifade eden "tın"ın bedenden çıkması biçiminde anlamışlardır (Ersoy, 2002: 87). Türk kültürü içerisinde ölüm ve ölü gömme adetleri geleneksel Türk dini veya Gök Tanrı inancına paralel olarak gelişmiştir. Mezar taşlarının ilk şekilleri Balbal adını taşıyan ve kişilerin öldürdükleri düşman sayısı kadar dikilen mezar anıtlarıdır. Balballar, kişinin öldürdüğü insanları sembolize eden toprağa dikilmiş ya da gömülmüş taşlardır (Tryajarski, 2012: 457). Balbal geleneği zamanla kişilerin mezar taşlarına işlenen desenlerle kendisini göstermiştir.

Arkeologlar, bozkırlardaki Tümülüs mezar yığınlarını tanımlamak için çoğu kez 'kerekür' kelimesini kullanmaktadırlar (Roux, 1999: 294). Geçiş ritleri arasında yer alan ölüm bir anda olan ve bu dünyadan diğer dünyaya geçiş üzerine kurgulan bir olaydır. İnsan için önemli olan bu olay beraberinde bir takım kültürel öğelerin gelişmesine sebep olmuştur. Mit ve ritüel ilişkileri bağlamında toplulukların bünyelerinde meydana getirdikleri mitler ritüellerin oluşmasına sebep olmuştur. Bu kültürel öğeler, milletlerin veya toplulukların değerler sistemine bağlı olarak katı gelenekler şekline dönüşmüştür. Türklerin İslam öncesindeki ölü gömme adetleri, doğrudan toprağa defnetme veya kurgan içine defnetme olarak iki çeşit defin şekli bulunmaktadır (Alsan, 2022: 185). İslamiyet

sonrasında Türklerde kurganlar yerlerini kümbetlere veya türbelere bırakmıştır. Anadolu'da bulunan yerli nüfus, Türklerin Anadolu'ya yerleşmesi sonucunda anıt mezar veya Türbe mezar yapma ile karşılaşmışlardır. Osmanlı devleti öncesinde ve sonrasında çok sayıda mezar anıtı yapılmıştır (Arslan, 2017: 1930).

Eski Türklerde ölenin anısına kullanılan çok farklı özellikteki taşlar arasında steller en büyük yeri kaplamaktadır (Tryajarski, 2012: 442). Doğu bilimcilerin yazılarında çok revaçta olan bir diğer kelime de kurgandır. Altaylıların bu terimi mezar veya mezarlık anlamında sıkça kullandıkları tespit edilmiştir (Roux, 1999: 295). Andronovo kültüründe, ekseriyetle derin olarak kazılan mezar çukurlarının üzeri yassı veya ağaçlarla kaplanırdı. Mezar üzerine de halka şeklinde taşlar dizilirdi (Ögel, 1984: 25). Mezar, bütün semavi dinlerde ve diğer beşeri inançlarda ölen insanların toprağa gömüldüğü yeri tanımlamaktadır (Perçem, 2016, 616). Genel olarak ölünün içine gömüldüğü ve üzeri toprakla örtülü çukura mezar (makber) adı verilmektedir. Mezarın anlam olarak karşılık için 'bark', 'kümbet', 'kurgan', 'oba', 'kereksür', 'kegür', 'türbe' şeklinde kavramlar kullanılmaktadır. Mezarların üstüne yerleştirilen mezar içinde bulunan kişinin ölüm zamanı, kimliği ve yaşamı hakkında bilgileri yazı ile belirtilen taşlara mezar taşı denilmektedir (Arslan, 2017: 1924). Mezarların baş tarafında bulunan taş baş, ayak tarafında bulunan taş da ayak taşı denilmiştir. Her ikisine de genel anlamda şahide ismi verilmiştir (Perçem, 2016, 618).

Türk topraklarında mezar şekilleri ve bu şekillere bağlı kültür tarihi konusu içine giren farklı öğeler, Türk topluluklarındaki ölümle ilgili dinî inanışlar sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu inanışlar ilk Türk devirlerindeki kültürel yaşamda mevcuttur. Orta Asya'da mezar mimarisi çok erken devirlerde başlamıştır (Arslan, 2017: 1924).

3. Ehl-i Haklarda Ölüm ve Mezar Taşları

Ehl-i Hak inancı içerisinde donadon adı verilen ruh göçü inancı bulunmaktadır. Bu nedenle ölüm aslında yeniden doğuşun habercisidir. Çalışmaya konu olan mezar taşları Ehl-i Hak hanedanları içerisinde bulunan Ateşbeyi hanedanı ait olan mezar taşlarıdır. Ehl-i Haklar İran'da on bir farklı hanedan veya ocak şeklinde yaşamaktadırlar. Bu mezar taşları İran'ın Kirmanşah eyaletinin Gerehban köyünde bulunmaktadır. 'Donadon', 'don be don', 'came be came', 'tenasüh' gibi adlandırılmalarla anılan ruh göçü esaslı Ehl-i Hak inancının belirleyici özelliklerindedir. Don kelimesi, Türkçe bir kelimedir. Don kelimesi elbise anlamına gelmektedir. Came ise don'un Farsçasıdır. Ehl-i Hak inancının kutsal metinlerinde ve anlatılarında bu kavram bu şekilde yer almaktadır. Tenasüh ise, kelime anlamı olarak ruhun bir bedenden başka bir bedene göçmesi anlamına gelmektedir. Donadon inancı, Ehl-i Hakların gündelik hayatlarındaki

bir takım uygulamaların oluşmasını sağlamış ve ortaya çıkan inanışlara devamlılık sağlamıştır. Araştırmacılar bu inanç hakkında farklı görüşler ortaya koymuşlardır. Hatta bazıları bu inancı reenkarnasyon ile karıştırmışlardır (Karaca, 2020: 136). Bu esas, genel olarak ruhun bir cesetten diğer cesede yani bir elbiseden diğer elbiseye veya bedene geçmesidir. Donadonda geçişler ruhun kâmilleşmesi için yapılmaktadır. Reenkarnasyonda ruhun bir beden başka bir bedene geçmesi basittir ve sayısı sınırsızdır. Ehl-i Hak inancı içerisinde yer alan donadon inancını tenasüh ve reenkarnasyon inancı olarak değerlendirmek inancın yapısı için uygun değildir. Ehl-i Hak inancında yer alan donadon esasında ruhun yükselmesi ve yeni bir beden ile dünyaya gelmesi söz konusudur. Ayrıca her gidiş geliş 1001 don ile sınırlandırılmıştır (Çavuşı, 2008, 133; Ruhani Nejat, 2007, 165). Ehl-i Haklar'da ruhun göçmesi ve gelmesi üç şekilde olmaktadır. Birinci şekilde ruh diğer dünyaya göç eder. İkinci şekilde ruh diğer dünyada daha üstün bir kalıba veya dona girer. Üçüncü şekilde ise tekrar bu dünyaya gelir. Bu nedenle Ehl-i Haklar donadonun üç gün sürdüğünü söylemektedirler (Ruhani Nejad, 2007, 180; Karaca, 2020: 136).

Gerehban bölgesinde Ehl-i Haklara ait bir mezarlık bulunmaktadır. Bu bölgede yer alan mezarlık Ehl-i Hak hanedanlarından olan Ateşbeyilere aittir. Ateşbeyi hanedanının pirlilerinin kabirlerinin burada bulunması mezarlık oluşmasına sebep olmuştur. Tahminen en eski mezar 1711 tarihlidir. Bu tarihten günümüze Ehl-i Hak büyüklerinin ziyaret yerlerine yakın olması için sıradan Ehl-i Haklarda bu mezarlığı kullanmışlardır.

Gerehban'da bulunan mezar taşlarında Türk kültüründen izler taşıyan motifler yer almaktadır. Gerehban'da bulunan mezar taşlarında hayvan motifleri işlenmiştir. Hayvan biçimli mezar taşlarına Anadolu'da da rastlanmaktadır (Buğrul, 2010, 87). Bu motiflerin başında koç gelmektedir. Koç resimli mezar taşları Karakoyunlu devletinin yayılım coğrafyası içerisinde bulunan bölgelerde sıklıkla karşılaşılmaktadır. Koç, koyun mezar taşları bozkır kültürünün bir ürünüdür (Sili, 1996: 61). Mezar taşlarına işlenen şekil ve semboller halka veya bakan kişiye ölen kişi hakkında bilgi vermek amacı taşımaktadır (Sili, 1996: 62). Koç heykel ve koç türündeki mezar taşı motiflerinin ortaya çıkışı bir inancın etkisinin yanı sıra Türklerin sosyo-ekonomik yapısının etkisi de vardır (Buğrul, 2010, 160). Koç biçimindeki mezar taşları ve mezar taşları üzerindeki koçbaşı motifinin bağlantıları ile ilgili Çoruhlu şunları ifade etmektedir: *“Orta ve İç Asya'da sin taşları ya da geyik taşı adı altında anılan mezar taşları bazı Türk topluluklarında ölünün sureti olarak kabul edilir. Konuyla ilgili olarak sin kelimesinin bu anlama geldiği ileri sürülür. Üzerinde silâh tasviri bulunan bu mezar taşlarının bilhassa Anadolu'daki örneklerinin Akkoyunlu/Karakoyunlu gibi topluluklara mal edilip şekillerine bir mana verilmeye çalışılması da bize*

pek doğru gelmemektedir. Koç ve at şeklindeki mezar taşları da kısmen bu anlayışla ilgilidir. Özellikle koç / koyun şeklindeki taşlar büyük ihtimalle bu geyik taşlarından doğmuştur. Çünkü koç, koyun ve at Türk sanatı ve kültüründe pek çok şeyin simgesi olduğu gibi, ölünün de sembolüdür, koç ayrıca kötülüklerden koruyucu bir semboldür de. Bu nedenle koç/koyun veya at şeklindeki mezar taşı yapılması gayet normaldir” (Çoruhlu, 1999, 245). İslam öncesi Orta Asya’daki ve Anadolu’daki mezar taşlarının bağlantılarını ortaya koyabilmek için her iki döneme ait koç biçimindeki mezar taşlarının özelliklerine bakmakta fayda vardır. İslam öncesi Orta Asya’da koç koyun biçimindeki heykellere Moğolistan ve Kazakistan’da Anadolu’da ise Gevaş, Erciş ve Ahlat ilçelerinde görülmektedir (Buğrul, 2010, 160). İki döneme ait koç biçimindeki mezar taşlarını karşılaştırdığımızda Anadolu’da bulunanlar şekil bakımından Kazakistan’da bulunan koç heykelleri ile büyük benzerlik göstermektedir (Buğrul, 2010, 161). Ahlat’ta bulunan koç biçimindeki bir mezar taşı üzerinde yazı unsuruna rastlanması Göktürkler devrindeki taş balbalları hatırlatmaktadır (Buğrul, 2010, 161).

Türkler de bu şekilde mezar taşlarının varlığı onların sosyo-ekonomik yaşayışlarından kaynaklanmaktadır. Konar-göçer bozkır kültürünün kültür üzerine etkileri tabiatta var olan bir takım öğelerin değerler sitemine kodlanması ile sonuçlanmıştır. Türkler Müslüman olmadan önce basit şekiller vererek yaptıkları mezar taşlarını daha sonraları erkek ve kadını temsil eden küçük heykeller yapmışlar ölülerin başlarına dikmişlerdir (Perçem, 2016, 616). Türklerde balbal dikme geleneği bulunmaktadır. Türklerde gördüğümüz mezarlar üzerine heykeller dikmek ananesi Çin’de de bulunmaktadır. Ancak aralarında şekil olarak büyük farklar bulunmaktadır. Çin’de mezarlara insan heykellerinden başka, hayvanların ve efsanevi mahlûkların da figürleri dikilirdi (Onay, 2013: 487). Türkler ise sadece insan heykelleri olan Balballara yer vermişlerdir.

Mezar taşları arasında geyik motifi işlenen mezar taşları da bulunmaktadır. Bu mezar taşlarında ise Türklerin göçebe yaşamlarından kalma izler bulunmaktadır. Geyik göçebe yaşam tarzı süren ve avcılık ile uğraşan toplulukların sıklıkla kullandıkları motifler arasında yer almaktadır. Muhtemeldir ki bu motif Ehl-i Haklara göçebe oldukları devirlerden kalmıştır. En eski Türk mezar taşı fonksiyonundaki dikitler olan geyik taşlar çoğunlukla M.Ö 1000-250 tarihleri arasında iç ve Orta Asya’nın değişik yerlerinde hüküm süren Proto-Türkler ve M.Ö.250’den M.S. 216 yılları arasında hâkimiyet kuran Hunlar devrinde görülmektedir. Daha sonraki dönemler de bu gelenek devam etmekle birlikte azalma göstermiştir (Buğrul, 2010, 123). Hun devri geyik taşlar ve Göktürk Uygur devri yazıtları genellikle dikdörtgen veya prizmatik dikdörtgen şekillidirler (Buğrul, 2010, 124). Orta Asya’da çok sayıda geyik motifi

bulunmaktadır. Hakkâri de bulunan mezar taşlarına bakıldığı zaman bu motifler görülmektedir (Buğrul, 2010, 159). Türk kültüründe geyiğin ölen kişinin ruhunu diğer dünyaya taşımasında yardımcı olduğuna inanılmaktadır (Buğrul, 2010, 199). Bu nedenle geyik motifi Orta Asya'dan Anadolu'ya kadar olan bölgede sıklıkla işlenmiştir.

Ehl-i Hak mezar taşları üzerinde teke figürü bulunan mezar taşları görülmektedir. Bu mezar taşlarına Anadolu ve Orta Asya'da rastlanılmaktadır. Teke figürünü Göktürk devleti zamanında işlenen yazıt ve heykellerde de görülmektedir. Teke simgesi hem bir devletin arması gibi hem de halk inanışları içerisinde kutsallığı bulunan bir simgedir. Teke aynı zamanda birçok mit içerisinde konu edinilmektedir. Gök teke deyimi bu inanışın varlığını göstermektedir. Bu terim sürünün başında sürüyü idare eden tecrübeli teke anlamıyla idareci simgesi olur (Buğrul, 2010, 198).

Gerehban bölgesinde bulunan mezar taşları arasında sofralı malzemelerinin ve tespihin olduğu mezar taşları da bulunmaktadır. Bu mezar taşları da mezarın sahibinin Ehl-i Hak cemlerinde görevli olan hademin olduğunu göstermektedir. Hadem görevi üstlenen kişiler öldüklerinde bu mezar taşları ile ölümsüzleşmektedirler. Hademler, Ehl-i Hak cemleri sırasında meydanı hazırlama, yiyecekleri hazırlanması ve katılımcıların düzenlenmesi ile sorumlu olan kişilerdir. Bu kişiler öldüklerinde mezar taşlarına bu konu ile alakalı semboller işlenmiştir. Böylece mezar taşlarında sembolize edilmişlerdir.

Ehl-i Hak mezar taşları arasında elinde kılıç olan süvari figürleri işlenen mezar taşları bulunmaktadır. Bu motifler ölen kişinin mert, dürüst ve fedakâr olduğu anlamına gelmektedir. Mezar taşınan bu motifi işlenmesi ile kişinin unutulması önlenmeye çalışılmaktadır. Ehl-i Haklar arasında bu türden cesur insanlar topluluğu korumak uğruna canlarını feda etmişlerdir. Muhtemeldir ki bu sayede kişilerin unutulmasının önüne geçilmiştir.

Sonuç

Ehl-i Haklar İran'ın daha çok batısında yaşayan ve Türkçe konuşan topluluklardandır. Ehl-i Hak inancı, 13. yüzyılda Sultan İshak tarafından ortaya çıkarılmıştır. 13. yüzyıldan günümüze bir takım farklılıklar ile gelen inanç kendisine bir topluluk oluşturmuş ve varlığını sürdürmüştür. Çalışmaya konu olan Ateşbeyilere ait mezar taşları da bu topluluğun kültürel bir ürünü olarak kaşımıza çıkmaktadır. Siyasi sınırları aşan kültür coğrafyası Ehl-i Hak inancı ve topluluğu içerisinde var olan mezar taşları örneğinde Türk kültürü bağlamında kendisini göstermektedir. Orta Asya'dan Avrupa içlerine kadar yayılmış Türk kültürü mezar taşları ile varlığını sürdürmektedir. Bu mezar taşlarında birçok ortak öge bulunmaktadır. Bu çalışma Ehl-i Hak inancı ve topluluğu örneğinde bu

ortaklıkları ortaya koymayı amaçlamış ve ispatlamıştır. Mezar taşlarında genel olarak elinde silah olan atlı insanlar, keçiler, koyunlar, geyikler işlenmiştir. Ayrıca Ehl-i Hak cem törenlerini anımsatan sofa eşyaları da mezar taşlarında işlenmiştir. Ruh göçü esasına inanan Ehl-i Haklarda bu şekilde mezar kültürünün oluşması muhtemelen Türk kültürünün etkisinden kaynaklanmıştır. Bu türden mezar taşları sadece Türk olan Ehl-i Hak mezarlarında görülmektedir. Çalışmaya konu olan mezarlık ve mezar taşları 17. ve 18. yüzyılın ürünleridirler. Günümüzde Ehl-i Haklar bu türden mezarlar yapmamaktadırlar. Ehl-i Haklarda görülen mezar taşlarına ve şekillerine Orta-Asya'dan Anadolu'ya Türklerin yaşadıkları coğrafyalarda sıklıkla karşılaşılmaktadır. Ehl-i Hak inancında ve topluluğunda var olan mezar taşları Türk kültüründe örnekleri sıkça görüldüğü gibi hayvan motifleri ile kendisini göstermiştir. Bu hayvanlardan geyik, teke, koç ve at Türk kültürü bakımından önemlidir. Bu makale 28-08-2020 tarihinde yapılan 3. Uluslararası Geleneksel Türk Mezar Taşları Sempozyumunda sunulan *İran Kirmanşah/Gerehban Bölgesinde Yer Alan Ehl-i Hak Mezar Taşları* adlı bildirinin tam metni ve genişletilmiş halidir.

KAYNAKÇA

- Alsan, Şenay Sayın (2022), “Türk Kültüründe Ölüm Olgusu ve Ölüm Sonrası Ritüelleri”, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 2022, Cilt: 15, Sayı: 37, 179-196.
- Arslan, Aslı Sağıroğlu (2017). “Taşlar konuşur: Türk Mezar Taşlarının Biçim Dili”, *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, Sayı: 6/3, s. 1923-1937.
- Buğrul, Hasan, (2010) *Van-Bitlis Yöresi XII-XV. Yüzyıl Mezar Taşlarının İslam Öncesi Orta Asya Türk Mezar Taşları İle Bağlantıları*, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Van.
- Çavuşı, Ruhullah. (2008). “Donadon be Rivayet Hanedan-ı İlahi”. *Heft Asuman*, 36,133-156.
- Çoruhlu, Yaşar (1999) “Türk Sanatında Görülen Hayvan Figürlerine Gök ve Yer Sembolizmi Açısından Bir Bakış”, *Uluslararası III. Türk Kültürü Kongresi Bildirileri*, C.I Ankara ,s.243-259.
- Ersoy, Ruhi. (2002). “Türklerde Ölüm ve Ölü İle İlgili Rit ve Ritüeller”. *Milli Folklor*, s. 54, 86-101.
- Karaca, İbrahim. (2022). *Ehl-i Haklar'da Kültürel Hayat*. Konya: Çizgi Yayınevi.
- Karaca, İbrahim, (2020). “İran Ehl-i Hakları Örneğinde; İnanç Merkezli Topulukların Sosyal Yapıları Oluşumunda Dini İnanışların Etkisi”. *Journal of World of Turks*. Vol 11, No.3, 279-289.
- Karaca, İbrahim, (2021). “Ehl-i Haklar'da Yediler”. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*. 100. 147-158.
- Onay, İbrahim, (2013), “İslamiyetten Önce Türklerde, Cenaze Ve Defin İşlemlerinde Uygulanan Gelenekler ve Bunların Amaçları”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6-3, 479-590.
- Ögel, Bahaeddin, (1984), *İslamiyetten Önce Türk Kültür Tarihi*, 2. Baskı, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Perçem, Ersan, (2016) “Türk Mezar Taşları ve Formları”, *Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı,6, 615-622.
- Ruhani Nejat, H. (2007). “Ehl-i Hak Der Ayine-i Hakikat”. *Felsefe ve Kelam* .39,165-196.
- Roux, Jean Paul, (1999). *Altay Türklerinde Ölüm*, Çev. Aykut Kazancıgil, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Sili, Timur (1996). “Bir Orta Asya Geleneği Koç-Koyun Heykel Mezar Taşları”, *Bilig*, 1,s.60-65.
- Tryajarski, Edward, (2012) *Türkler ve Ölüm*, Çev. Hafize Er, İstanbul: Pinhan Yayıncılık

RESİMLER



Resim 1: Silahlı Atlı asker motifli mezar taşı



Resim 2. Atlı mezar taşı



Resim 3. Koç başlı mezar taşı motifi



Resim 4: Atlı mezar taşı



Resim 5: Atlı, koç başlı ve geyikli mezar taşı.



Resim 6: Geyikli mezar taşı.



Resim 7: Sofra motifli mezar taşı



Resim 8: Makas motifli mezar taşı.

8. Bölüm

Afet Eğitimi

İlyas KARA¹
Ahmet TOKMAK²

1 Dr. Öğretim Üyesi, Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4755-0037>

2 Dr. Milli Eğitim Bakanlığı, İzmir, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3902-5825>

Giriş

Yaşamını sürdürebilmek, ruhsal ve fiziksel sağlığını koruyabilmek için çeşitli ihtiyaçlara sahip olan insanın ihtiyaçlarını, Maslow hiyerarşik bir biçimde sıralayarak ayrıntılı bir şekilde açıklamıştır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre insanoğlunun en temel ihtiyacı fizyolojik ihtiyaçlardır. Bunu ise ikinci sırada olan güvenlik ihtiyacı takip etmektedir. Çünkü insanoğlu var olduğundan beri her zaman çeşitli tehlikelerle karşı karşıya kalmış ve bu tehlikelere karşı korunma yolları geliştirmeye çalışmıştır. Bu tehlikeler hem insan kaynaklı hem de doğa kaynaklı olabilmektedir. İnsanlık tarihi boyunca karşılaşılan güçlüklerden biri de afetlerdir. Ekonomik, fiziksel ve sosyal kayıplara neden olan, insan yaşamını etkileyen teknolojik, doğal ve insan kaynaklı olaylar afet olarak adlandırılmaktadır (Erkal ve Değerliyurt, 2009). İnsanın en temel ihtiyaçlarından biri olan güvenlik ihtiyacının sağlanabilmesi için ani olaylara, karşılaşılan zorluklara ve afetlere karşı eğitilmiş, bilinçli ve hazırlıklı olunması gerekmektedir. İnsan içerisinde yaşadığı toplumdan hem etkilenir hem de bu toplumu etkiler. Dolayısı ile herhangi bir bireyin afet konusundaki eğitimsizliği, olası bir afet durumunda sadece kendini değil aynı zamanda pek çok kişiyi de olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle bir toplumu oluşturan bütün bireylerin afetler konusunda bilinçli ve eğitilmiş olması hayati bir zorunluluktur.

Tarih boyunca afetler nedeniyle çok sayıda insan yaşamını yitirmiş, yaralanmış, maddi ve manevi kayıplar yaşamıştır. Yalnızca 1900 ve 2022 arasındaki 122 yıllık zaman diliminde 25470 adet afet yaşanmıştır. En fazla afet 2000'li yıllarda yaşanmıştır. Türkiye'de ise 1900 ve 2022 yılları arasında 376 afet meydana gelmiştir. Bu afetlerden 206'sı doğa kaynaklı, 170'i ise teknoloji kökenli olarak oluşmuştur (Usta, 2023). 21. yüzyılda meydana gelen afetler incelendiğinde doğal ve teknolojik kaynaklı afet sayısında son otuz yılda önemli bir artışın olduğu görülmektedir (Brunsma ve Picou, 2008). Doğal kaynaklı afetler son 20 yılda 1,35 milyon insanın ölümüne neden olmuştur. Bu ölümlerin yarısından fazlasına neden olan afet türü ise depremdir (CRED ve UNISDR, 2016).

İnsanoğlu var olduğundan beri gerek yaşamını sürdürebilmek için, gerekse de doğal çevresini kontrol altına alabilmek için doğaya sürekli müdahale etmiştir. Bu müdahale, her ne kadar belirli bir konfor ve maddi kazanç getirirse de ölümler kayıplara ve zararlara neden olmuştur. Bu zararlardan biri de iklim değişikliğidir. Çünkü özellikle son 20 yılda afetlerin daha sık yaşanmasının nedenlerinden biri iklim değişikliğidir (Coronese vd., 2019; Usta, 2023). Her geçen gün artan sanayileşme, fosil yakıt kullanımını arttırmakta ve çeşitli doğa kirletici eylemlere neden olmaktadır. Bu durum hava olaylarının

sıklığının ve yoğunluğunun maddi ve manevi kayıplara neden olabilecek seviyelere ulaşmasını tetiklemektedir (Crowley, 2000; Desonie, 2008).

Dünyada doğal afetlerin ve özellikle de depremin en sık yaşandığı ülkelerden biri Türkiye'dir. Türkiye'de 1900 ile 2017 yılları arasında 210 depremde toplam 86 bin 802 kişi hayatını kaybetmiştir. Konutların ise 597 bin 865'i ağır hasar almıştır. Türkiye, Akdeniz-Alp-Himalaya deprem kuşağında yer almaktadır. Bu nedenle sık sık can ve mal kayıplarına neden olabilen depremler meydana gelmektedir. Bu aşamada 1900'den itibaren meydana gelen depremlerden bahsetmenin yararlı olabileceği düşünülmektedir. 1903 yılında Muş'un Malazgirt ilçesinde meydana gelen 7,3 şiddetindeki depremde 2 bin 803 can kaybı yaşanmıştır. Tekirdağ'ın Şarköy ilçesi 1912 yılında 7,3 şiddetinde büyük bir deprem yaşamış ve bu depremde 2 bin 836 kişi yaşamını yitirmiştir. Burdur'da 1914 yılında meydana gelen 7,0 büyüklüğündeki depremde 2 bin 344 kişi hayatını kaybetmiştir. 1942 yılında Tokat'ın Niksar ilçesinde meydana gelen 7,0 büyüklüğündeki depremde 3 bin can kaybı yaşanmıştır. 1943'te Samsun'un Lâdik ilçesinde meydana gelen 7,4 şiddetindeki depremde 2 bin 824 kişi hayatını kaybetmiştir. Erzurum'da 1992 yılında meydana gelen 6,7 şiddetindeki depremde 1000 can kaybı yaşanmıştır. 1999'da meydana gelen 7,2 büyüklüğündeki Düzce depremi 745 kişinin ölümüne neden olmuştur. 17 Ağustos 1999 tarihinde Gölcük'te meydana gelen 7,4 şiddetindeki deprem ise 17 bin kişinin yaşamını yitirmesine neden olmuştur. 2003 yılında Bingöl'de meydana gelen 6,4 şiddetindeki depremde 177 can kaybı yaşanmıştır (İçişleri Bakanlığı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığınca [AFAD], 2019). Son zamanların en büyük felaketi olan 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremi 10 ilde büyük yıkımlara sebep olmuştur. Etki alanı çok geniş olan bu deprem on binlerce can kaybına neden olmuştur. Türkiye için deprem afetinin ne kadar büyük bir tehdit oluşturduğu Şekil 1'de yer alan Türkiye Deprem Tehlike Haritasında daha net bir biçimde görülmektedir.



Şekil 1. Türkiye Deprem Tehlike Haritası (AFAD, 2019)

Türkiye depremlerin yanı sıra heyelan, çığ ve sel gibi çok çeşitli afetlerin de sıkça yaşandığı bir ülkedir. Afet haberlerinin en sık alındığı ülkelerden biri Türkiye'dir. Afetler, iklim değişikliği, bilim, teknoloji ve sanayide yaşanan gelişmeler ve şehirleşme gibi nedenlerle çeşitlenmiş, yoğunlaşmış ve insan yaşamının bir parçası haline dönüşmüştür. Afetler hem doğal yaşamın bir işleyişi hem de insanın doğaya olan müdahalesinin bir sonucudur. Afetlerin ne zaman, nerede ve ne biçimde yaşanacağı önceden kestirilemez. Ancak sonuçları maddi ve manevi anlamda büyük kayıplara neden olabilir. Afetler can ve mal kaybına, yaralanmalara, fiziksel ve zihinsel hastalıklara neden olabilmektedir. Bunun yanı sıra çevrenin bozulmasına, hizmetlerin kesintiye uğramasına, sosyal ve ekonomik hayatın aksamasına yol açabilmektedir (Aksoy, 2014). Toplumların huzur ve güvenliğini tehdit ederek olumsuz etkilerde bulunan afetler milletlerin, gelişmesini ve kalkınmasını sekteye uğratmaktadır. Bu gibi nedenlerden dolayı ülkeler, afetlerle etkili bir biçimde mücadele edilebilecek yöntemler araştırmaktadır. Bu araştırmalar sonucunda ortaya çıkan kavramlardan biri de *afet yönetimidir* (Kadıoğlu, 2015). Ülkeler afet yönetimine her geçen gün daha çok önem vermektedir. Afetlerin önlenmesi ve meydana gelen afetlerin zararlarının azaltılması, afet olaylarına zamanında, hızlı bir biçimde ve etkili olarak müdahale edilmesi, afetzedeler için güvenli yaşam çevresi oluşturulabilmesi için gereken topyekûn mücadeleye afet yönetimi adı verilmektedir (Ergünay, 2005). Afetlerle mücadele konusunda başarılı olan pek çok ülke gibi Türkiye'de de *kriz yönetiminden* daha çok *risk yönetimine* yönelik çalışmalara yani *modern afet yönetimine* ağırlık verilmektedir. Hazırlık ve zarar azaltma aşamalarını kapsayan risk yönetiminde, hem bireyleri hem de toplumun tamamını afetlere karşı bilinçli hale getirmeyi amaçlayan *eğitim çalışmaları* önemli bir yere sahiptir.

Afetlerden korunabilmenin ve olası bir afetin meydana getireceği maddi ve manevi kayıpları en aza indirebilmenin en etkili yolu eğitimidir. Bir toplumu oluşturan bütün bireylerin afet bilincine sahip olması gerekmektedir. Afet eğitiminin verilmesinde şüphesiz örgün ve yaygın eğitim kurumları önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte ailenin, medyanın ve sivil toplum kuruluşlarının rolü de yadsınamaz. Ancak özellikle birer örgün eğitim kademesi olan okulöncesi, ilkököl, ortaokul, lise ve üniversite kademeleri afet eğitiminde hayati bir öneme sahiptir. Çünkü etkili bir afet eğitimi alan, afet bilinci ve farkındalığı yüksek olan birey afetlere karşı gerekli önlemleri alacak, afet anında ve afet sonrasında maddi ve manevi zararlara neden olmayacak davranışlar sergileyecektir. Örneğin iyi bir afet eğitimi almış mühendis, mimar veya müteahhit depreme dayanıklı yapılar inşa etme noktasında daha hassas davranacaktır. Tabi ki bunun sağlanabilmesi için aynı zamanda etkili vatandaşlık eğitiminin, değerler eğitiminin ve ahlak eğitiminin verilmesi de gerekmektedir.

Türkiye’de bireylerin ve toplumun afetler konusunda bilinçli olmaları ve daha duyarlı olmaları afet eğitimiyle sağlanabilir. Daha etkili bir afet eğitiminin verilebilmesi için afet eğitimine yönelik bilimsel çalışmaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Özellikle Türkiye gibi afetlerin sık yaşandığı ülkelerde afetlerle ve afet eğitimiyle ilgili çalışmalar hayati öneme sahiptir. Ancak ilgili alan yazın incelendiğinde afet eğitimiyle ilgili güncel çalışmaların yeterli olmadığı görülmektedir. Ayrıca Türkiye’deki afet eğitimini, ilgili alan yazın bağlamında değerlendiren bir bilimsel çalışmanın bulunmadığı tespit edilmektedir. Bu çalışmada afet ve afet eğitimi gibi konuların incelenmesi ve Türkiye’deki afet eğitiminin ilgili alan yazın bağlamında incelenerek değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Ulaşılan sonuçlar doğrultusunda Türkiye’deki afet eğitimine yönelik önerilerde bulunulmuştur. Bu çalışmanın Türkiye’deki afet eğitime ve ilgili alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Afet

Ekonomik, fiziksel ve sosyal kayıplara neden olan, insan yaşamını etkileyen teknolojik, doğal ve insan kaynaklı olaylar afet olarak adlandırılmaktadır (Erkal ve Değerliyurt, 2009). Afetlerle ilişkili olarak ve afetlerle birlikte sık sık kullanılan kavramlar bulunmaktadır. Bunlar *tehlike*, *risk*, *acil durum* ve *kriz* şeklinde ifade edilebilir. Afetle ilişkili olan bu kelimelerin anlamlarını incelemek bu aşamada yararlı olacaktır.

Belirli bir zamanda ve belirli bir coğrafyada meydana gelerek çevreye, insana ve toplumsal yaşama yönelik olumsuz etkiler oluşturabilecek teknolojik, insan kökenli veya doğal durum şeklinde tanımlanan kavrama *tehlike* (*hazard*)

denilmektedir (IDNDR, 1992). Türk Dil Kurumu'na (TDK) (2023) göre tehlike; yok olmaya ya da büyük zarara yol açabilecek, gerçekleşme ihtimali olan ancak arzu edilmeyen durumdur. Genel olarak tehlike, olumsuz sonuçlar doğurabilecek durum olarak ifade edilebilmektedir. Bir tehlikenin afete dönüşme olasılığına ise *risk* adı verilmektedir. Yerleşim yerinde sosyal, kültürel, ekonomik, fiziki ve siyasi gibi nedenlere bağlı olarak tehlike gibi görülen bir durumun (tehlikenin) afete dönüşme olasılığı risktir (IDNDR, 1992). Diğer bir tanıma göre risk; zarara uğrama olasılığıdır (TDK, 2023). Risk bir çevrede, tehlike olasılığına bağlı olarak kaybedilecek değerlerin ölçüsünü veya meydana gelme ihtimali olan olayın doğurabileceği olumsuz sonuçların tamamını ifade eder. Tehlike, meydana gelme ihtimali olan bir durumun ya da olayın olumsuz sonuçlara yol açabilecek potansiyelini ifade ederken; risk, tehlikeden dolayı oluşacak yaralanma, kayıp veya başka zararlı sonuç meydana gelme ihtimalini doğurur. Önce tehlike ortaya çıkarken sonrasında risk oluşur (Kara, 2018). Örnek olarak verilecek olursa; Tokat'ın Erbaa ilçesi Kuzey Anadolu Fay Hattı üzerinde yer almaktadır. Dolayısıyla deprem bu ilçe için bir tehlikedir. Bu ilçede gerekli koruyucu ve zarar azaltıcı tedbirlerin alınmaması deprem riski oluşturacaktır. Bu şekildeki tehlikeli ve riskli alanlarda can ve mal kaybıyla sonuçlanan olaylara *afet (disaster)* denilmektedir. Bir kuruluşun, toplumun, bölgenin, ülkenin veya insanlığın yaşamında meydana gelen sıkıntılı dönem, buhran ve bunalım *kriz (crisis)* olarak adlandırılmaktadır (TDK, 2023). *Acil durum (emergency)* ise vakit kaybetmeden hızlı ve ani olarak eyleme geçilmesini gerektiren durum olarak tanımlanmaktadır (IDNDR, 1992).

Afetler doğal ve beşeri yani insan kaynaklı olmak üzere iki grupta sınıflandırılmaktadır. Şekil 2'de afetlerin sınıflandırılması ve afet türleri gösterilmektedir.

AFETLER		
DOĞAL AFETLER		BEŞERİ AFETLER
YER KÖKENLİ (JEOLOJİK) AFETLER	ATMOSFER KÖKENLİ (METEOROLOJİK) AFETLER	Sosyal Afetler
Deprem	Sel, Su Baskını veya Taşkınlar	Teknolojik Afetler
Heyelan ve Kaya Düşmesi (Kütle Hareketleri)	Çığ Düşmesi	
Volkanik Patlamalar	Fırtınalar (Tayfun, Tornado, Kasırga, Hortum)	
Tsunami	Yıldırım Düşmesi	
	Ekstrem Yağışlar (Dolu, Kar, Tipi)	
	Ekstrem Sıcaklıklar (Don ve Buzlanma)	
	Kuraklık	
	Sis	
	Doğal Orman Yangınları	

Şekil 2. Afetlerin Sınıflandırılması (Özdemir, 2013; akt. Kara, 2018)

Şekil 2’de görüldüğü gibi afetler doğal ve beşeri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Doğal afetler ise yer kökenli (jeolojik) afetler ve atmosfer kökenli (meteorolojik) afetler olarak iki gruptan oluşmaktadır. Yer kökenli (jeolojik) afetler; deprem, heyelan, kaya düşmesi, volkanik patlama ve tsunami şeklinde sıralanmaktadır. Atmosfer kökenli (meteorolojik) afetler grubunda; sel, su baskını, taşkın, çığ düşmesi, fırtınalar (tayfun, tornado, kasırga, hortum), yıldırım düşmesi, ekstrem yağışlar (dolu, kar, tipi), ekstrem sıcaklıklar (don ve buzlanma), kuraklık, sis ve doğal orman yangınları gibi afetler yer almaktadır. Son olarak beşeri afetler kapsamında sosyal afetler ve teknolojik afetler bulunmaktadır.

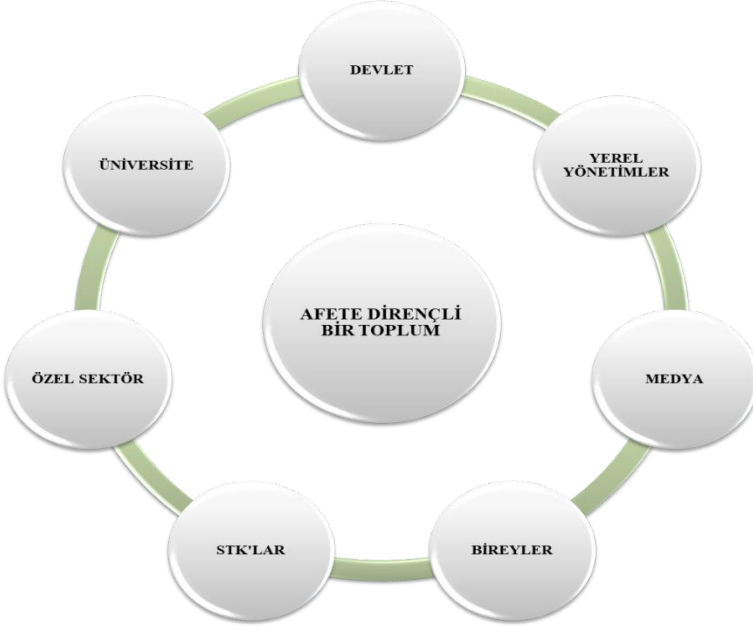
Afet Eğitimi

Afete yönelik hazırlıklarını en ideal şekilde yapan, meydana gelen afetlerden minimum seviyede etkilenen, afetlerin sebep olduğu zararları çok kısa bir sürede gideren, bireylerin, kurum ve kuruluşların tamamının afetlerle ilgili aktif sorumluluk üstlendiği topluma “*afete dirençli bir toplum*” adı verilmektedir. İnsanların afet riskini sürekli olarak göz önünde bulundurmaları ve bu risk doğrultusunda hareket etmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda toplumu oluşturan bütün bireylerin afetler konusunda daha bilinçli olmalarının ve afete dirençli toplum hedefini özümsemelerinin sağlanması gerekmektedir. Afete dirençli bir toplum oluşturabilmek için geçmişte yaşanan kayıplardan ders alınması ve hem ulusal hem de uluslararası alandaki afet yönetimiyle ilgili tecrübelerin dikkate alınması gerekmektedir. Afetlerle mücadele konusunda hem bireysel hem de kurumsal anlamda toplumun bütün birimlerinin rol ve sorumlulukları bulunmaktadır. Türkiye bağlamında değerlendirildiğinde afet yönetimindeki temel aktörlerin; merkezi yönetim, AFAD, belediyeler ve il özel idareleri olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, özel sektör ve yerel medya afet yönetiminin diğer aktörleridir. Ancak etkili bir afet yönetiminin sağlanabilmesi için bütün bu aktörlerin sıkı bir işbirliği içerisinde olmaları gerekmektedir. Çünkü afet yönetimi sadece bir kurumun veya kuruluşun üstesinden gelebileceği bir şey değildir. Bu nedenle işbirliği gerektirmektedir. Meydana gelebilecek büyük çaplı olası bir afet çok geniş bir coğrafyayı etkileyebilir. Bu durumda müdahale noktasında personel, araç ve gerek sıkıntısı yaşanabilir. Afet anında demir ve kara yolları kullanılamaz hale gelebilir. Bu gibi etki alanı çok geniş afetlerde yerel, merkezi, özel ve resmi bütün kurumların hızlı bir biçimde işbirliği halinde koordineli olarak harekete geçmeleri hayati öneme sahiptir (Mızrak, 2018).

Afet anında isabetli kararlar alabilmek önemlidir. Ancak kriz anında karar alabilmek çok kolay değildir. Ayrıca bir afet meydana gelmeden gerekli hazırlıkların yapılması, tedbir türlerinden en etkilisi olan önleyici tedbirlere başvurulması demektir ki bu en yararlı olanıdır. Özellikle afet yönetiminden sorumlu birimler ancak afetlere karşı gerekli önlemleri alırlarsa sorumluluklarını yerine getirmiş olurlar. Afet yönetiminin evrelerinden biri olan “hazırlıklı olma” evresi kapsamındaki koruyucu planlamalar ve hazırlıklar, afet oluşmadan mutlaka tamamlanmalıdır. Hazırlık süreci yalnızca afetleri önleme ve zararlarını azaltma değil aynı zamanda olası afetleri önceden tahmin edebilme, meydana geldikleri anda harekete geçebilme, zararlarını en aza indirebilme gibi faaliyetleri de kapsamaktadır (Kadıoğlu, 2015).

Afete hazır bir toplumu oluşturabilmek için toplumu meydana getiren bütün kurum ve kuruluşların, sahip oldukları imkânları koordineli ve sistematik olarak

aynı amaç doğrultusunda kullanması gerekmektedir. Bu nedenle afete hazırlık konusunda; yöneticilerin, resmi kurumların, belediyelerin, özel idarelerin, üniversitelerin, özel sektörün, sivil toplum kuruluşlarının ve her bir bireyin birlikte çalışması ve sorumluluk duygusuyla hareket etmesi gerekmektedir. Afetlere hazır olmak için Şekil 3'teki tüm bileşenlerin sıkı bir işbirliği içerisinde oldukları atmosfere ihtiyaç vardır (AFAD, 2013).



Şekil 3. Afet Hazırlıklarında Toplumsal İşbirliği (AFAD, 2013)

Bir toplumun afetlere karşı dirençli hale gelmesinde ve afetlere karşı hazırlıklı olmasında en büyük sorumluluğun düştüğü aktörlerden biri de eğitim kurumlarıdır. Çünkü toplumsal ve küresel boyuttaki sorunların tamamen ortadan kaldırılmasının tek yolu eğitimidir. Birey her ne kadar belirli bir potansiyel ve yetenekle dünyaya geliyor olsa da sahip olduğu potansiyeli kullanabilmesi ve geliştirebilmesi ancak eğitimle mümkündür. Öte yandan insan toplumsal bir varlıktır. İçerisinde yaşadığı topluma uyum sağlayabilmesinin tek yolu ise eğitimidir. Aynı şekilde toplumun kültürünü gelecek kuşaklara aktarabilmesi için eğitime başvurması gerekmektedir. Toplumun afetlere karşı dirençli bir hale gelmesinde eğitimin payı oldukça büyüktür. Doğal afetlere karşı toplumun direncini güçlendiren herhangi bir eğitim öğretim süreci ve aktivitesine afet eğitimi adı verilmektedir (Dufty, 2008). Afetlerin öncesinde, sırasında ve sonrasında gerçekleştirilecek doğru ve isabetli davranışların

bireylere kazandırılması amacıyla yapılan eğitime afet farkındalık eğitimi denilmektedir. Afet eğitimine yönelik çalışmalar bireylerin afet bilinci kazanmasında ve afetlere yönelik olarak doğru davranışlar sergilemesinde önemli bir yere sahiptir (Dufty, 2008). Çünkü eğitim herhangi bir konuda farkındalığın oluşmasını, farkındalıkta bu konuyla ilgili sergilenen olumsuz davranışın değişmesini sağlar. Bu bağlamda afet yönetiminin ve afete karşı dirençli bir toplumun sağlanmasının ön koşulu bireylerde farkındalık oluşturmaktır (Avcı, 2019).

Son yıllarda aniden meydana gelen büyük çaplı afetler, bu afetlerin yaşanmasındaki artış ve çocuklar üzerindeki etkileri toplumları Afet Risk Azaltımı'na yönlendirmiştir. Afet eğitiminin eğitim sisteminde ve öğretim programlarında daha güçlü yer alması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu şekilde afet eğitimi, eğitim bilimlerinde yeni bir alan olarak yerini almıştır (Avcı, 2019). Afetlerin neden olmuş olduğu kayıplara yönelik istatistikler incelendiğinde afet eğitimine verilmesi gereken önem daha iyi anlaşılmaktadır. Bu nedenle erken yaşlardan itibaren her yaştaki bireye yönelik etkili bir afet eğitimi verilmelidir. Bütün bireyler afet eğitimiyle öğrenmiş oldukları bilgileri olası bir afet anında davranışa dönüştürebilmelidir. Bu da ancak kaliteli bir teorik ve uygulamalı afet eğitimiyle mümkündür.

Etkili bir afet eğitimi vermek isteyen ve afet eğitiminin gerekliliğinin farkında olan toplumlar afet eğitimiyle ilgili çalışmalar yapmakta ve bu çalışmalar esnasında teknolojiden yararlanmaktadır. Örneğin Dünya Bankası Eğitim Enstitüsü 13 Ekim ve 22 Kasım 2004 tarihleri arasında katılımcılara internet ortamında "Web Tabanlı Eğitim Programı" sunmuştur. Bu programla afet eğitimine yeni bir yaklaşım getirerek çeşitli ülkelerde yaşayan insanların afetler konusunda bilinçlenmeleri hedeflenmiştir. Bu programın pilot uygulaması Türkiye'de yapılmış ve daha sonra yaygınlaştırılarak diğer ülkelerle paylaşılmıştır. Afet eğitimiyle ilgili olarak film ve diziler de etkili olmaktadır. Örneğin Orta Amerika toplumunu kasırga ve sellere karşı daha bilinçli hale getirmek amacıyla 2002 yılında "Times of Hurricanes" (Fırtınalar Zamanı) adlı radyo dizisi yayınlanmaya başlandı. Eğitim, afetlerin meydana getireceği zararları azaltma çalışmaları içerisinde en önemlisi ve en etkili olanıdır. Bu nedenle bütün toplumlar afet eğitimine başvurmakta ve afet eğitimini eğitim müfredatlarına dâhil etmektedir. Öğrencilere okulöncesi, ilkökul, ortaokul, lise ve üniversite yıllarında afet eğitimi vermek, bilinçli ve afete hazırlıklı bir toplum oluşturmanın en etkili yoludur (Kara, 2018). Bu sebeple öğrencilerin okullarda düzenli bir biçimde afetler konusunda eğitilmeleri uzun vadede o toplumun en değerli yatırımı olacaktır. Afet eğitimiyle ilgili konular, farklı derslere ait öğretim programlarında farklı yönleriyle ele alınmalı, öğrenci

seviyeleri de dikkate alınarak eğitim içerikleri dikkat çekici bir biçimde görsellerle desteklenmelidir.

Afetlere hazırlıklı olmak ve etkilerini en aza indirmek için en etkili yol, ciddi, etkili ve istikrarlı bir biçimde yürütülecek afet eğitimidir. Afet eğitimi sadece ihtiyaç duyulduğunda başvurulacak bir alan değildir. Afet eğitimi bütün bireyleri kapsayacak ve çeşitli yaş gruplarının gelişim özelliklerini dikkate alacak biçimde kesintisiz olarak verilmelidir. Afet eğitiminin en etkili olacağı alanlardan biri de örgün eğitim kurumlarıdır. Afet eğitimleri, öğrencilerin fiziksel ve ruhsal gelişimleri de dikkate alınarak pedagojik ve bilimsel bir temelle sürdürülmelidir. Öte yandan bilgi, iletişim ve ulaşım teknolojileriyle dolu bu çağda afet eğitimlerinin planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesi aşamalarında teknolojiden yararlanılmalıdır. Eğitime öğrenciler aktif olarak katılmalı ve yaparak yaşayarak öğrenmelidir. Bu bağlamda eğitim öğretim faaliyetleri öğrencileri sıkımayacak şekilde eğitici bir biçimde düzenlenmelidir.

Türkiye’de afetlere yönelik gelişmeler dünyadaki gelişmelere bağlı olarak yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren başlamıştır. Bu gelişmeler ilk olarak yaşanmış olan afetlerden sonra çıkartılan çeşitli kanunlar ve tedbirler şeklinde gerçekleşmiştir. Türkiye’de afet eğitimine yönelik olarak kurulmuş olan ilk kurum 1960 yılında faaliyete geçmiştir. Sivil savunma kolejleri olarak adlandırılan bu kurumlar Sivil Savunma Genel Müdürlüğüne bağlı olarak faaliyet göstermekteydi. Görevleri arasında halkı afet ve acil durumlara karşı bilinçlendirmek, eğitim çalışmaları, tatbikatlar yapmak ve yaptırmak vardı. Sivil savunma koleji 2009 yılında yapılmış olan yasal değişiklik ile Afet ve Acil Durum Eğitim Merkezi (AFADEM) adını almıştır (Sarı, 2016).

Milli Eğitim Bakanlığı afet içerikli ilk eğitimi, seçmeli bir ders olan “çevre ve insan” adlı ders kapsamında 1992 yılında vermiştir. Ancak yapılmış olan akademik çalışmalar bu dersin amacına tam olarak ulaşamadığını göstermiştir (Erkan, Özmen ve Güler, 2011).

Arama ve Kurtarma Derneği’nin (AKUT) temelleri ise 1994 yılında dağda kaybolmuş olan iki üniversite öğrencisine yönelik olarak yapılan arama çalışmaları esnasında atılmıştır. 1995 yılında kaybolan bir grup genci arama çalışmalarını sürdüren bir grup dağcı AKUT adını almış ve bir yıl sonra resmi bir dernek olarak kuruluşunu tamamlamıştır. AKUT 1998 yılında Adana’nın Ceyhan ilçesinde meydana gelen depremde arama kurtarma çalışmalarına dâhil olmuş ve bakanlar kurulunun kararı ile kamu yararına dernek statüsüne ulaşmıştır. Daha sonra Marmara depreminde de kurtarma faaliyetlerine katılmış ve bugüne kadar kendini geliştirerek çalışmalara devam etmiştir (Sarı, 2016).

Türkiye için 1999 depremi bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Bu depremde yaşanan büyük kayıplar hem kamu kurumlarını hem de bireyleri

kendilerini sorgulamaya sevk etmiştir. 1999 depreminden sonra kişi güvenliği, afet öncesinde, anında ve sonrasında sergilenmesi gereken davranışlar daha fazla önemsenmiştir (Avcı, 2019). Sivil toplum kuruluşlarının sayısında artış yaşanmıştır. İnsanların afetler ve afet eğitimi konusunda daha bilinçli olmasında şüphesiz 1999 Marmara depreminin neden olduğu acı kayıplar etkili olmuştur. 2000 yılında Arama Kurtarma ve Acil Yardım Derneği (AKAY) kurulmuş, afetlere hazırlanmanın ve afetlerin etkisini en aza indirmenin en etkili yolunun eğitimin her kademesinde verilecek olan afet eğitiminin olduğu belirlenmiştir. 2001 yılında ise Felakette Acil Yardım Derneği (FAYDER) kurulmuştur. Bu dernek afet sonrasında yardımda bulunmayı, insanları afetler konusunda bilinçlendirmeyi, gerekli tedbirlerin alınmasını sağlamayı, can ve mal kayıplarını en aza indirgeyecek çalışmalara destekte bulunmayı amaçlamıştır. Afete Hazırlık ve Deprem Eğitimi Derneği (AHDER) 2003 yılında kurulmuştur.

Bununla birlikte eğitim sisteminde afet eğitimine verilen önem her geçen gün artmıştır. Birçok dersin öğretim programında afet eğitimiyle ilgili öğelere yer verilmiştir. Özellikle Hayat Bilgisi, Sosyal Bilgiler ve Coğrafya gibi derslerin öğretim programlarında afetlerle ve afet eğitimiyle ilgili içeriklere diğer derslere oranla daha sık yer verilmiştir (Sarı, 2016). Ancak MEB müfredatındaki afetler ile ilgili konuların farklı derslerde birbirinden bağımsız olarak ele alındığı, afetler ile ilgili kazanımların diğer kazanımlar içerisindeki oranının oldukça düşük olduğu tespit edilmektedir (Maya ve Sarı, 2016).

Türkiye’deki Afet Eğitiminin İlgili Alan Yazın Bağlamında Değerlendirilmesi

Türkiye’de verilmekte olan afet eğitimiyle ilgili pek çok bilimsel çalışma yer almaktadır. Ancak ilgili alan yazındaki çalışmalardan yola çıkarak Türkiye’deki afet eğitimi değerlendiren herhangi bir çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bu kısımda Türkiye’de afet eğitimine yönelik olarak yapılmış olan çalışmaların sonuçları ele alınacaktır. Bu şekilde verilmekte olan afet eğitiminin artılarının ve eksilerinin daha net görülebileceği düşünülmektedir.

Kısa (2019) yapmış olduğu çalışmada 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programını ve ders kitaplarını afet eğitimi bağlamında incelemiştir. Çalışma sonucunda öğretim programında afetlere yeterince yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ders kitaplarının öğretim programına uygun olarak hazırlandığı, ancak ders kitaplarında yer alan afetlerle ilgili bilgilerin ve etkinliklerin öğrencilerin ilgisini arttıracak, öğrenmesini kolaylaştıracak ve katılımlarını sağlayacak biçimde yeniden düzenlenmesi gerektiği tespit edilmiştir. Avcı (2019) çalışmasında afet eğiticilerinin %25’inin kendilerini afet eğiticisi olarak yeterli görmediğini ve kendilerini geliştirmek istediğini tespit etmiştir.

Kiraz (2021) öğretmen adaylarına yönelik olarak yapmış olduğu araştırmanın neticesinde afet eğitiminin afet farkındalığını sağladığı ve afet bilincini arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma sonucunda kadın öğretmen adaylarının erkek öğretmen adaylarından afetlerle ilgili daha yüksek bir tutuma sahip oldukları görülmüştür. Şahan (2019) teknolojiyi devreye sokan modern eğitim yöntemlerinin afet eğitiminde daha etkili olduğunu belirtmiştir. Türkiye’de simülasyon yöntemine yönelik yapılan eğitimlerin yaygınlaşması gerektiğini ifade etmiştir. Coşkun (2011) tarafından yapılan çalışmanın sonucunda; görsel ve işitsel materyaller ile verilen afet eğitiminin daha kalıcı olduğu, tek bir öğretim yöntemi kullanmanın çok etkili olmadığı ve her bireyin öğrenme şekline göre öğretim programlarında yer alan afet eğitimine yönelik içeriklerin çeşitlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Karaca (2022) çalışmasında afet konularının öğretim programı ve Sosyal Bilgiler ders kitaplarına yansımaları ele almıştır. Yapmış olduğu araştırmanın sonucunda eksiklerin olduğu tespit edilmiştir. Çalışkan (2019) ilkökul ve ortaokul seviyelerinde okutulan derslerin öğretim programlarında afetlerle ilgili kazanımlara yeterince yer verilmediğini, ayrıca Sosyal Bilgiler ve Fen Bilimleri ders kitaplarında afetlerle ilgili yanlış bilgilendirmelerin olduğunu ifade etmiştir. Mızrak (2018) Çanakkale’nin merkez ilçesinde yaşayan 18-60 yaş aralığındaki 412 katılımcıyla yapmış olduğu çalışmanın sonucunda, katılımcıların afetlere hazırlık düzeylerinin ve afet eğitimlerinin yetersiz olduğu sonucuna varmıştır.

Üstündağ (2022) yapmış olduğu çalışmada Bitlis ilinde görev yapan özel eğitim okul öğretmenlerinin afet bilgi seviyeleri çok yüksek iken davranışsal ve duyuşsal eğilimlerinin bilgi düzeylerine göre düşük olduğu ve öğretmenlerin sahip oldukları bilgileri davranışa dönüştüremediği sonucuna varılmıştır.

Çelik (2020) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları göstermektedir ki; ilkökul öğretmenleri olası bir afetin yakın gelecekte gerçekleşme ihtimalinin çok yüksek olduğunu düşünmektedirler. Ancak buna rağmen yeterli önlemleri almadıkları görülmüştür. Öte yandan öğretmenler afetlerle ilgili sahip oldukları bilgileri yeterli görmemektedir. Üniversitede bununla ilgili bir ders almadıklarını ve hizmet içi eğitimlerinde yeterli olmadığını ifade etmektedirler. Öğretmenler öğretim programları kazanımlarında afetlere ve afet yönetimine yeterince yer verilmediğini düşünmektedirler. Ayrıca görev yaptıkları okullarda verilen afet eğitimini hem nicelik hem de nitelik olarak yeterli görmemektedirler. Kara (2018) yapmış olduğu araştırmanın sonucunda; 8. sınıf öğrencilerinin en çok deprem afetine karşı kaygı duyduklarını ve afetlerle ilgili olarak orta düzeyde farkındalığa sahip olduklarını tespit etmiştir. Kaya (2019) öğrencilere verilen afet eğitiminin onların bilgi ve farkındalık düzeylerini

arttırdığını ifade etmiştir. İlgili alan yazın incelendiğinde Türkiye'deki afet eğitimini konu alan çalışmaların çoğunda; öğretim programlarında ve ders kitaplarında afetlerle ilgili öğelere yeterince yer verilmediği, vatandaşların, öğretmenlerin ve öğrencilerin afetlerle ilgili bilgi düzeylerinin yeterli olmadığı, uygulamalı eğitimin yeterli olmadığı ve öğretilen bilgilerin çok kalıcı olmadığı vurgulanmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

İnsanoğlu var olduğundan beri bir yandan doğadan yararlanmış diğer yandan da doğayla mücadele etmiştir. Doğanın döngüsü gereği bir takım afetlerin meydana gelmesi insan yaşamını olumsuz etkileyebildiği için insanlar doğaya karşı daima tetikte olma gereği duymuştur. Ancak doğada meydana gelen afetlerin tek nedeni yalnızca doğanın kendi döngüsü değildir. Diğer bir ifadeyle meydana gelen afetlerin kaynağı sadece doğal değildir. Bilgi, iletişim ve ulaşım imkânlarının artması ile insanın doğaya olan müdahalesi de artmıştır. Bunun sonucunda doğa tepkisini afetler yoluyla göstermiştir. Kaynağı ne olursa olsun tarih boyunca afetler çok sayıda can ve mal kaybına neden olmuştur. Meydana gelen afetler can ve mal kaybının yanı sıra sosyo-ekonomik gelişmeyi de sekteye uğratmaktadır. Geçmişte yaşanmış olan afetler milyonlarca insanın ölümüne ve yine milyonlarca insanın da yaralanmasına ya da evsiz kalmasına neden olmuştur. Bu açıdan bakıldığında bütün insanlığın afetlere karşı bilinçli olmasının ve iyi bir afet yönetimi sergilemesinin ne kadar önemli olduğu görülmektedir.

Türkiye afet riskinin en fazla olduğu ülkeler arasında yer almaktadır. Deprem başta olmak üzere pek çok afet Türkiye'nin gündemindeki yerini daima korumaktadır. 1999 Marmara depremi ve 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremi gibi çok büyük afetlere maruz kalan Türk halkı afet yönetimi, afete hazırlık ve afet eğitimi gibi kavramların daha fazla üzerinde durulması gerektiğini düşünmüş ve buna yönelik çalışmalar başlatmıştır. Çünkü bu tür büyük felaketler yalnızca meydana geldikleri bölgeleri değil bütün ülkeyi etkilemektedir. Can ve mal kayıplarının yanı sıra afet bölgesinden göç eden milyonlarca insanla birlikte diğer illerdeki psikolojik ve ekonomik durum yeniden şekillenmektedir. Öte yandan afet bölgesinde meydana gelen yıkımların, hasarın ve maddi kayıpların bir an önce giderilmesi ve onarılması için hem kamu kurumları hem de bütün ülke vatandaşları seferber olmaktadır. Bütün ülke halkının büyük bir aile olduğu göz önünde bulundurulduğunda afet anında bütün halkın dayanışma içerisinde olmasının doğal ve gerekli olduğu daha iyi anlaşılmaktadır. Yakın zamanda meydana gelmiş olan çok sayıda ilde yıkıma neden olan 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremi Türk halkının

birbirine ne kadar bağlı olduğunu gözler önüne sermiştir. Türkiye'nin her bir köşesinden her yaş aralığındaki insanın canla başla, maddi ve manevi olarak seferber oluşu bütün dünya kamuoyu tarafından gözlemlenmiştir. Tarih boyunca afetlerden dolayı çok büyük kayıplar yaşamış olan Türk toplumun afete dirençli bir toplum haline getirilmesi gerekmektedir. İyi bir afet yönetim sistemi kurulmalı ve her yaş aralığındaki vatandaşa etkili bir afet eğitimi verilmelidir.

Türkiye'de afet yönetimine ve afet eğitimine yönelik çalışmalar 1999 Marmara depreminden sonra daha fazla artmış olsa da yukarıda da açıklandığı üzere bilimsel araştırmalar toplumun afet bilincinin ve afet farkındalığının yeterli olmadığını göstermektedir. Pek çok çalışma hem yetişkinlerin, hem öğrencilerin hem de öğretmenlerin afet bilgisi ve afetlerden koruyucu davranışlar konusunda yeterli donanımına sahip olmadıklarını belirtmektedir. Bunun yanı sıra yine akademik çalışmalarda afetlerle ilgili öğelere yeterince yer verilmediği vurgulanmaktadır. Oysaki afetlerle ilgili yeterli bilgiye sahip olan, afetler anında nasıl davranması gerektiğini bilen, etkili bir afet yönetimi geliştiren ve uygulayan, afetlere hazırlıklı olan ve olası bir afet durumunda en kısa sürede müdahale edebilecek potansiyele sahip olan toplumlar afetlerin neden olabileceği maddi ve manevi kayıpları en aza indirebileceklerdir. Bununla birlikte bir toplumun bütün üyelerinin belirli bir seviyede ahlak eğitimine ve vatandaşlık eğitimine sahip olması gerekmektedir. Çünkü ancak ahlaklı, evrensel ve toplumsal değerleri özümsemiş bireyler üzerine düşen görevi en iyi şekilde yapacaktır. Örneğin, iyi bir afet eğitimi almış, evrensel ve toplumsal değerleri özümsemiş, vatandaşlık sorumluluklarının bilincinde olan mimarlar, mühendisler ve müteahhitler bütün afetlerden minimum derecede etkilenecek yollar, köprüler, tüneller ve binalar yapacaktır. Aynı zamanda bu özelliğe sahip diğer meslek gruplarındaki vatandaşlar da afetlerle ilgili sorumluluklarını en iyi şekilde yerine getireceklerdir. Bunu sağlamanın en etkili yolu eğitimidir. Bu nedenle aşağıda afet eğitimine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Öneriler

- Yapılan bilimsel çalışmalar öğretim programlarında ve ders kitaplarında afetlerle ilgili içeriğin yeterli olmadığını göstermektedir. Bunun yanı sıra ders kitaplarında afetlerle ilgili olarak yer verilen bilgilerin öğrencilerin ilgisini çekme noktasında yetersiz olduğu görülmektedir. Bu bağlamda öğretim programında ve ders kitaplarında afetlerle, afet yönetimiyle ve afet eğitimiyle ilgili daha fazla öğeye yer verilebilir. Ayrıca ders kitaplarında yer alan afetlerle ilgili içerikler öğrencilerin gelişim özellikleri de dikkate alınarak daha ilgi çekici hale getirilebilir. Öte

yandan ders kitaplarında afetlerle ilgili yer yer yanlış bilgilerin olduğu bazı bilimsel çalışmalarda ifade edilmiştir. Ders kitaplarında yer alan afetlere yönelik bilgiler kontrol edilebilir ve varsa hatalı kısımlar düzenlenebilir.

- Öğrencilerin, öğretmenlerin ve okul idarecilerinin afet bilgi düzeylerinin yeterli olmadığı akademik çalışmaların çoğunda sıklıkla ifade edilmektedir. Öğrencilere daha etkili afet eğitimi verilebilir. Öğretmenlere ve okul idarecilerine yönelik olarak afetlerle ilgili, uzman kişiler tarafından sürdürülen, etkili hizmet içi eğitim faaliyetleri düzenlenebilir.
- Afet eğitiminin daha çok teorik olarak verildiği tespit edilmektedir. Teknolojik imkânlardan da yararlanarak uygulama ağırlıklı afet eğitimleri gerçekleştirilebilir.
- Çocukların yanı sıra 18 yaş ve üzeri vatandaşların da afet bilgi düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 18 yaş ve üzeri vatandaşlar için de süreklilik arz edecek eğitimler; halk eğitim merkezleri, belediyeler, itfaiyeler ve emniyet güçleri koordinasyonu ile düzenlenebilir.

Kaynaklar

- AFAD, (2013). *Afete hazır okul kampanyası afet bilinci eğitimi eğitimci kılavuzu: Okul afet ve acil durum yönetimi planı hazırlama kılavuzu*. Ankara: İçişleri Bakanlığı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı.
- AFAD, (2019). *Türkiye'de afet yönetimi ve doğa kaynaklı afet istatistikleri*. Ankara: İçişleri Bakanlığı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı.
- AFAD, (2019). *Türkiye deprem tehlike haritası*. Ankara: İçişleri Bakanlığı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı.
- Aksoy, A. A. (2014). *Afete hazırlıklı olmanın önündeki psikolojik engeller*. Ankara: Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı.
- Avcı, K. (2019). *Afet eğitimi ve afet eğitiminde kullanılan teknolojilere ilişkin afet eğitimcisi, öğretmen ve öğrenci görüşleri (Bursa Afet Eğitim Ve Simülasyon Merkezi örneği)* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Coronese, M., Lamperti, F., Keller, K., Chiaromonte, F. & Roventini, A. (2019). Evidence for sharp increase in the economic damages of extreme natural disasters. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(43), 21450-21455. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.1907826116>
- CRED & UNISDR. (2016). *Poverty & Death: Disaster Mortality 1996-2015*. Belgium: Brussels.
- Crowley, T. J. (2000). Causes of climate change over the past 1000 years. *Science*, 289(5477), 270-277. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.289.5477.270>
- Coşkun, Ş. (2011). *Afet eğitimi algılaması: İlköğretim öğrencilerine verilen afet eğitimlerinin algılanmasını ölçmek üzere bir uygulama çalışması* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Çalışkan, C. (2019). *Afet risk azaltımı eğitimi ve yönetimi açısından ilköğretim ve ortaokul öğretim programlarının değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Çelik, A. A. (2020). *İlkokul öğretmenlerinin afete hazırlık düzeyleri ile afet eğitiminin eğitim programlarındaki yerine yönelik görüşleri* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Desonie, D. (2008). *Climate: Causes and effects of climate change*. Infobase Publishing.
- Dufty, N. (2008). A new approach to community flood education. *The Australian Journal of Emergency Management*, 23(2), 4-8.

- Ergünay, O. (2005). *Afet yönetiminde işbirliği ve koordinasyonun önemi, afet yönetiminin temel ilkeleri*. Ankara: JICA Türkiye Ofisi.
- Erkal, T. & Değerliyurt, M. (2009). Türkiye’de afet yönetimi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14 (22), 147-164.
- Erkan, B., Özmen, B. & Güler, H. (2011). Türkiye’de afet zarar azaltımını sürdürülebilir eğitimle sağlamak. *I. Türkiye Deprem Mühendisliği ve Sismoloji Konferansı*. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- International Decade for Natural Disaster Reduction (IDNDR). (1992). *Internationally agreed glossary of basic terms related to disaster management*. Geneva: United Nations Department of Humanitarian Affairs (UNDHA).
- Kadioğlu, M. (2015). *Afet ve acil durum yönetimine giriş*. Erzurum: ATAAÖF.
- Kara, İ. (2018). *Ortaokul 8. sınıf öğrencilerinin afet farkındalıkları: Niksar, Erbaa, Taşova ilçeleri örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.
- Karaca, Ö. F. (2022). *Afet konularının sosyal bilgiler ders kitaplarına yansımaları* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kısa, G. (2019). *2018 sosyal bilgiler öğretim programına uygun (4. 5. ve 7. sınıflara) doğal afetler konusunda etkinlik önerileri* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kiraz, B. (2021). *Öğretmen adaylarının afet farkındalıklarının ve afet farkındalığı geliştirme içerikli etkinliklere yönelik görüşlerinin belirlenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Maya, İ. & Sarı, B. (2016, Mart). *Türkiye’de afet eğitimi ve meb müfredatındaki afet eğitimi konularının değerlendirilmesi*. VIII. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi, Çanakkale.
- Mızrak, S. (2018). Eğitim, afet eğitimi ve afete dirençli toplum. *MSKU Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 56-67. DOI: 10.21666/muefd.321970
- Özdemir, N. (2013). Doğal afetler. C. Şahin (Ed.), *Genel Fiziki Coğrafya* içinde (s. 217). Ankara: Gündüz.
- Sarı, B. (2016). *Türkiye’de afet eğitimi uygulamalarının öğretmen görüşleri açısından değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Şahan, C. (2019). *Afet eğitim merkezinde simülasyon yöntemi kullanılarak verilen afet ve deprem eğitimlerinin ortaokul öğrencileri üzerindeki*

etkisinin incelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.

Türk Dil Kurumu. (2023). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. Ankara: Türk Dil Kurumu Başkanlığı.

Usta, G. (2023). Dünya’da meydana gelen afetlerin istatistiksel olarak analizi (1900-2022). *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 172-186.

Üstündağ, Y. (2022). *Bitlis ilinde görev yapan özel eğitim okul öğretmenlerinin doğal afet okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bitlis Eren Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bitlis.

9. Bölüm

Değişen İşletmecilik Anlayışında Tüketici Yenilikçiliği Engelleri

Nilgün TUZCU¹

¹ Dr. nilguntuzcu@hotmail.com

Giriş

Yeni ürünlerin daha hızlı piyasaya sürülmesi ve her zamankinden daha yoğun küresel rekabet koşulları dolayısı ile işletmelerin çeşitli yenilikler gerçekleştirmeleri zorunlu hale gelmektedir. Bu bağlamda, işletmelerin öncelikle pazarlar arasındaki tüketici benzerliklerini, farklılıklarını ve tüketici yapısını kavramaları gerekmektedir. Rekabetin güçlü olduğu bu ortamlarda işletmeler; yeni ürünlerin ülkeler arasında nasıl yayıldığını, hangi pazarların en yenilikçi olduğunu, ilk olarak hangi pazarlara yeni ürünlerin sunulması gerektiğini, tüketicilerin yeni ürünleri benimseme eğilimlerini ve bu eğilimlerin dünya pazarları arasında nasıl değişkenlik gösterdiğini bilmek zorundadırlar (Chandrasekaran ve Tellis, 2008: 844). İşletmelerin yenilikçi strateji arayış çabaları ancak tüketici davranışlarının temelinde yatan nedenleri tespit ettiklerinde hayat bulabilir. İşletmeler tüketici davranışlarına odaklanarak, tüketicilerin yenilik kabulünü zorlaştıran iç ve dış etkenleri araştırmakta ve tüketici yapısını anlamaya çözümlenmeye çalışmaktadırlar. Bu sayede işletmeler, tüketicilere nasıl yaklaşmaları ve pazarlama stratejilerini ne yönde geliştirmeleri hususunda ön bilgi sahibi olarak pazara daha fazla yenilikçi tüketicilerin kazandırılmasını amaçlamaktadırlar.

Yenilikçilik, belirli bir ürünün benimsenme zamanı açısından ölçülen bir davranış olarak tanımlanmakta ve bir yenilikçinin, yeniliği satın alma ve edinme adımını ilk atan kişi olarak nitelendirilmektedir. “Yenilikçilik” ve “yenilikçi davranış” terimleri bu nedenle birbirlerinin yerine kullanılmaktadır (Couture vd., 2014: 67-68). İngiliz ve Amerikan ingilizcesinde bu kavramın “tüketici yenilikçiliği davranışı” şeklinde kullanıldığı görülmektedir (Kaushik ve Rahman, 2014: 241). Tüketici yenilikçileri, bir yeniliği benimsemeye sosyal sistemdeki diğer üyelere kıyasla daha erken davranan kişileri ifade etmektedir (Summers, 1971: 313). Hirschman (1980: 283) pazara hareketlilik kazandıran şeyin bireyin veya toplumun yeniliğe açık olması ve tüketme heyecanı olduğunu belirterek; yenilikçilik kimliğinin olmaması halinde tüketici davranışının, rutin bir şekilde aynı ürünleri, markaları, fikri almak biçiminde devam edeceğini vurgulamıştır. Tüketici yenilikçiliği olarak davranış, tüketicilerin rutinleştirilmiş satın alma eğilimlerini daha dinamik bir davranışa dönüştürmektedir (Hirschman, 1980: 283; Quoquab vd., 2016: 25). Yenilikçi tüketiciler hem pazara hareket kazandırdıkları hem de ‘işletmenin gönüllü birer avukatları gibi çalışarak işletmeye yeni müşteriler kazandırdıkları için ciddi bir öneme sahiptirler’ (Alan vd., 2018: 51). Tüketicilerin sahip oldukları yenilikçilik seviyeleri bir yeniliğin kabul edilmesinde önemli bir davranışsal unsurdur. Pazara sunulan yeni ürün, hizmet veya markaların anlam kazanabilmesi tüketicilerin onayına ve benimsemesine bağlıdır (Deniz ve Erciş,

2016: 463). Bu nedenle işletmeler, tüketicilerin yenilikleri benimsemelerini kolaylaştıracak yöntemlere (Thoms ve Sprengel, 1996: 459) ve yenilikçi tüketici davranışlarının altında yatan nedenleri anlamaya ihtiyaç duymaktadırlar.

İşletmelerin yaptıkları yeniliklerin birçoğunun başarısız olmasının nedeni tüketicilerin direnç göstermelerinden kaynaklanmaktadır (Yener ve Taşçıoğlu, 2020: 429). Literatürde bugüne kadar yapılan çalışmalar incelendiğinde, “tüketici yenilikçiliği engelleri (consumer innovation barriers)” ve “tüketici yenilik direnci (consumer innovation resistance)” başlıkları adı altında pek çok çalışmaya rastlanmıştır. Yenilikçilik üzerine yapılan çalışmaların “işletmeler” ile “tüketiciler” açısından ele alındığı görülmektedir. Ancak literatürde tüketici özelliklerinden kaynaklı yeniliğin kabullenilmesine ve benimsenmesine engel olan faktörler üzerinde sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmıştır. Buradan hareketle, tüketicilerin yenilikleri benimseme davranışına engel olan unsurlar tespit edilerek işletmelerin yenilikçi pazarlama yaklaşımlarına nasıl yön vermeleri gerektiği hususunda hem sektöre hem de akademiye öneriler sunulması amaçlanmıştır. Ayrıca bu çalışmanın her geçen gün anlaşılması daha karmaşık hale gelen yenilikçi ve yenilikçi olmayan tüketici davranışlarının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlaması beklenmektedir. Bu kapsamda öncelikle tüketici yenilikçiliği kavramı üzerinde durulmuş ardından tüketici yenilikçiliğini engelleyen unsurlar detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

1. Tüketici Yenilikçiliği

İşletmeler, yenilik uygulamalarına yönelme eğilimi göstererek sürdürülebilir olmak ve pazar paylarını artırmak için çaba sarf etmektedirler. İşletmelerin bu konuda başarılı olabilmelerinin yolu da yenilik yetenekleri ve uyumlarından geçmektedir. Ancak bir yeniliğin başarılı olabilmesinde tek başına işletmelerin çabası yetmemektedir. ‘Yenilikçilik, hem tüketiciler hem de işletmeler açısından çift yönlü ele alınabilecek bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Yenilikçilik kavramı işletmeler açısından ele alındığında, bir örgütün yeni ürünler üretme ve geliştirme, yeni fikirlere açık olma ve yeni çözümler üzerinde çalışma kabiliyetini temsil etmektedir (Kunz vd., 2011: 816-817). Tüketiciler açısından ise işletmeler tarafından sunulan bu yeni veya seçkin ürünlerin, markaların ve hizmetlerin tüketiciler tarafından kabul edilebilirlik düzeyini ifade etmektedir. ‘Tüketici yenilikçiliği, yeni ürünlere yönelik bir çekim ve bu yeni ürünleri satın almaya yönelik eğilim olarak açıklanmaktadır (Salari ve Shiu, 2015: 50). Bir diğer tanıma göre, bir bireyin yeni fikirlere açık olmasını ve başkalarının iletilen deneyimlerinden bağımsız olarak yenilik kararları alma derecesini açıklamaktadır (Midgley ve Dowling, 1978: 236). Yenilikçi

tüketiciler genel olarak yeni markaları, akıma uygun ürünleri, fikirleri, yeni teknolojileri diğer tüketicilere göre daha erken bir aşamada benimseme eğiliminde olan, yeni ürünler hakkında daha bilgili, fikir liderliği özelliklerine sahip, daha fazla medyaya maruz kalan ve ürün kategorisinin daha ağır kullanıcıları olan bireyleri temsil etmektedir (Goldsmith ve Newell, 1997: 164; Engel vd., 1990: 711). Fikir lideri potansiyeline sahip bu tüketiciler, deneyimledikleri ürün veya markaya dair bilgi ve tecrübelerini aktararak başka tüketiciler üzerinde ve yeniliklerin benimsenme sürecinde etkili olmaktadır. Bu nedenle işletmeler yeniliğe açık tüketicilere değer vermekte ve onların başka tüketicileri etkileme potansiyelinden faydalanmaya çalışmaktadırlar (Kılıçer ve Çelik, 2018: 1052).

Yeniliklerin kabul sürecinde tüketiciler; yenilikçiler, erken benimseyenler, erken çoğunluk, geç çoğunluk ve geride kalanlar(gecikenler) olmak üzere beş aşamada tanımlanmaktadır (Rogers, 2003: 37). Tanımlanan bu grupların her biri yeniliklerin kabul edilmesinde farklı seviyede davranış sergilemekte ve bu durum yeniliğe karşı uyum süreçlerini etkilemektedir. Örneğin, yenilikçiler yeniliğe karşı direnç göstermeyen ve uyum sağlayan kişilerden oluşmaktadır. Gecikenler ise yüksek derecede yeniliğe karşı direnç oluşturarak yeni ürüne uyum sağlamak istemeyen kişileri ifade etmektedir (Ram ve Sheth, 1989: 6). Yeni ve yaratıcı şeyler arayan, eski tüketim kalıplarını sürdürmek yerine ileri teknoloji veya yenilikçi ürünleri kabul etme eğiliminde olan bu yenilikçi tüketicilerin risk alma ve belirsizliklerle başa çıkabilme potansiyelleri yüksektir (Oh, 2016: 119). Yenilikçi tüketicilerin genellikle cesaretli, teknoloji odaklı, hedonik güdülerden etkilenen, marka ve statüye önem veren, parasal kaygısı düşük, yüksek eğitilmiş, yüksek gelirli, genç tüketicilerden oluştuğu görülmektedir (Kavak vd., 2017: 186; Engel vd., 1990: 709). Bununla birlikte, yeni ürün riskini daha kolay alabilen, daha fazla sosyal statüye ve sosyal hareketliliğe sahip, daha kozmopolit, girişimci, yüksek fikir liderliğine sahip, özelleştirilmiş, rutin olmayan ürünleri kullanmaya daha yatkın kişiler oldukları belirtilmektedir (Robertson, 1967: 25; Uhl vd., 1970: 52; Schiffman ve Kanuk, 2004). Tüketici yenilikçiliğine dair literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Phillips ve Sternthal (1977) yeni ürünlerin karmaşık yapısı nedeniyle yaşlıların özellikle teknoloji ürünlerini kullanmada isteksiz davrandıklarını tespit etmişlerdir. Bu çalışmaya benzer şekilde, yaş arttıkça tüketici yenilikçiliğinin azaldığını gösteren çalışmalara ulaşılmıştır (Steenkamp vd., 1999; Türk, 2012). Vandecasteele ve Geuens (2010) ise çalışmalarında yaşlıların gençlerden daha az yenilikçi olduğu konusunda genel fikir birliğini reddetmişlerdir. Cinsiyet açısından yenilikçilik ele alındığında erkeklerin daha çok otomobiller ile spor malzemelerine yenilikçi

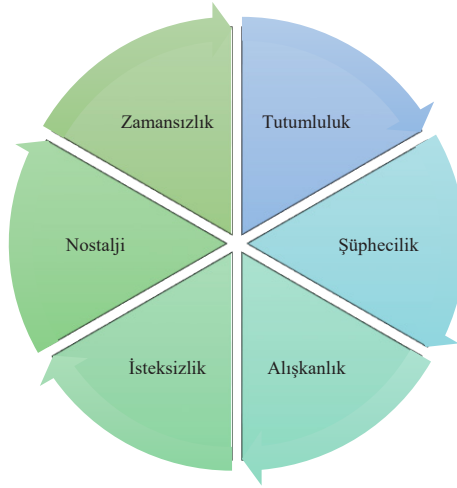
yaklaşımlarda buldukları gözlemlenirken kadınların ise kozmetik, ev aletleri, gıda ve market ürünlerine karşı daha fazla istekli oldukları tespit edilmiştir (Tellis vd., 2009: 6). Baş vd. (2015) ise alışmasında tüketicilerin cinsiyetlerine göre yenilikçilik eğilimlerinde bir farklılık olmadığı, davranışsal olarak kadınların erkeklere göre alışverişe daha fazla zaman ayırdıkları ve broşürler gibi kampanya materyallerine daha fazla dikkat ettikleri belirlenmiştir. Bir başka çalışmada mobil pazarlama kapsamında erkek tüketicilerin kadın tüketicilere oranla yenilikçi pazarlama tekliflerine daha açık oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Persaud ve Azhar, 2012: 431). Literatürde incelenen araştırmalar neticesinde yenilikçilerin tanımlanmasında tam anlamıyla bir fikir birliği sağlandığı söylenememektedir. Bu durumun tüketicilerin sürekli değişen davranış potansiyellerinden kaynaklandığı söylenebilir.

2. Tüketici Yenilikçiliği Engelleri

Literatürde yenilikçilik ile ilgili olarak ‘yeniliğe adaptasyon veya yeniliğe karşı direnç’ olmak üzere iki süreçten bahsedilmektedir (Nabih vd.,1997). Bir yeniliğe adaptasyon sürecinin tüketicilerin, demografik özellikleri, yenilik arayışları, risk alabilme, fikir liderliği potansiyeli, çeşitlilik arayışı, uyarıcı çeşitliliği, tüketici uzmanlığı, sosyal kimlik fonksiyonu ve tüketici kişiliği gibi motivasyon unsurları doğrultusunda gerçekleştiği görülmektedir (Tellis vd., 2009; Venkatraman, 1991; Akdoğan ve Karaaslan, 2013; Rogers, 1983). Yeniliğe karşı direnç ise yeniliğin getirdiği değişimden, yeniliğin getirdiği çatışmalardan kaynaklanabildiği gibi (Lian vd., 2012:189) tüketicilerin kişilik ve psikolojik özelliklerinden de kaynaklanabilmektedir. Tüketici direnci, tüketicilerin yenilikleri kabul etmelerinin önündeki en önemli engellerden biridir (Yener ve Taşçıoğlu, 2020: 439). Tüketiciden kaynaklı yenilikçi ürünlerin benimsenmesine engel olan faktörlerin tespit edilebilmesi, işletmelerin yenilikçi pazarlama yaklaşımlarına verecekleri yön ve tüketicilerin piyasaya kazandırılması açısından önem arz etmektedir. ‘İşletmeler, yenilikçi bireyler hakkında ne kadar çok bilgi sahibi olurlarsa, tasarladıkları yeni ürünler aracılığıyla tüketicilerle iletişim kurmaları o kadar kolaylaşmaktadır’ (Goldsmith ve Newell, 1997: 165).

Sürdürülebilir kâr amaçlayan ancak inovasyon süreçlerinde istedikleri başarıyı yakalayamayan organizasyonların önündeki en önemli bariyerlerin işletmelerden kaynaklı eksiklikler ve tüketicilerin değişime/yeniliklere olan dirençleri olduğu görülmektedir. İşletmelerdeki yenilik engelleri içsel engeller ve dışsal engeller olmak üzere iki grupta incelenmektedir (Bozkurt, 2015; Kambar, 2016; Bulut ve Arbak, 2012; Hadjimanolis,1999; Kaufman ve Tödling 2002; Sabuncu, 2014). İşletmeler ekonomik şartlar, aşırı bürokrasi, uygun

finansal imkânların yetersizliği, yenilik maliyetinin yüksekliği, organizasyonel şartların uygun olmaması, beceri eksikliği ve yönetim tarafından yeterince destek verilmemesi, uzman çalışanların eksikliği, teknolojik bilgi eksikliği gibi engellerden dolayı yenilik sürecinde problemler yaşayabilmektedir (Kambar, 2016: 111). Bununla birlikte tüketici özelliklerinden kaynaklı engeller de ortaya çıkabilmektedir. Yenilikçiliğe engel olan tüketici temelli unsurlar bağlamında genel bir literatür araştırması yapılarak araştırma sonuçlarından hareketle bu çalışma derlenmiştir. Bu çalışmada özellikle Tellis vd. (2009)'nin “küresel tüketici yenilikçiliği” üzerine on boyut üzerinden araştırma yaptıkları bilimsel makale yol gösterici olmuştur. Sheth (1981) yeniliklere karşı tüketicilerin psikolojilerini anlamak için “alışkanlıklar” ve “algılanan risk” olmak üzere iki önemli değişkenden oluşan bir model geliştirmiştir. Tellis vd. (2009) çalışmalarında ise tüketici yenilikçiliğine engel olabilecek “tutumluluk”, “şüphencilik”, “alışkanlık”, “çabasızlık”, “nostalji” unsurları üzerine odaklanmışlardır. Aynı zamanda, incelenen literatür çalışmaları sonucunda “zamansızlık” kavramının da yenilikçiliğe engel olabileceği düşüncesinden hareketle bu kavram çalışmaya dâhil edilmiştir. Yenilikçi olmayan tüketici davranış tarzından yola çıkarak gerçekleştirilen araştırmalar neticesinde elde edilen boyutlar Şekil 1’de gösterilmekte ve genel hatlarıyla açıklanmaktadır.



Şekil 1. Tüketici Yenilikçiliği Engelleri

Kaynak: Tellis vd. (2009) çalışmasından ve literatür taramasından faydalanılarak yazar tarafından geliştirilmiştir.

İşletmeler veya pazarlamacılar tarafından sunulan yeniliklerin değer kazanabilmesi için tüketicilerin bu yenilikleri kabullenebilmeleri ve

benimsemeleri gerekmektedir (Tellis vd., 2009, s. 1). Tüketiciler tarafından yeni ürünlerin kabul edilmesi veya reddedilmesi bireylerin kişilik yapıları, psikolojik özellikleri, ürün özellikleri, kültür, demografik, sosyo-ekonomik vb. özelliklere bağlı olarak değişebilmektedir. Tüketici yenilikçiliğini engelleyen unsurları tespit edebilmek, hem tüketicilerin yaşam kalitesinin yükseltilmesinde hem de şirketlerin rekabet gücünün artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada, yeniliğin kabullenilebilmesi sürecinde tüketicilerin kişilik ve psikolojik özelliklerinden kaynaklanabilecek engeller üzerinde durulmaktadır. Tüketici yenilikçiliği üzerinde rol oynayan bu engeller aşağıda açıklanmaktadır.

2.1. Tutumluluk

Tutumluluk, “tüketicilerin daha uzun vadeli hedeflere ulaşmak için ekonomik mal ve hizmetleri hem elde etmede hem de becerikli bir şekilde kullanmada kısıtlanma derecesi ile karakterize edilen tek boyutlu bir tüketici yaşam tarzı özelliği” olarak tanımlanmaktadır (Lastovicka vd., 1999: 88). Bir diğer tanıma göre tutumluluk, tasarruf etme istekleri sebebiyle kaynaklarını koruma altına alma, belirsiz veya yeni ürünlere yüksek fiyat ödemekten kaçınma anlamına gelmektedir. Özellikle az gelişmiş bir ekonomiye sahip, sınırlı kaynaklarla geçinen toplumlarda yeni ürünlerden ziyade çok daha eski ve güvenilir ürünler satın alınmaktadır (Tellis, 2009: 5). Ancak bu durumun sadece ekonomi ile ilgili olmadığı, tutumluluğun bir yaşam tarzı veya kişilik özelliği olduğu da belirtilmektedir (Todd ve Lawson, 2003: 8). Çünkü bu kişilerin ekonomik olarak büyük birikimleri olsa dâhi eski alışkanlıklarından kolay vazgeçemedikleri görülmektedir (Lastovicka, 1999: 96). Buradan hareketle, tutumlu kişilerin ürünlerin yeniden kullanıcıları ve diğer tüketicilerden daha bağımsız hareket eden kişiler oldukları söylenebilir (Shoham ve Brenčić, 2004: 55). Genel olarak tutumlu tüketiciler ekonomik şartlara bağlı olarak bütçelerini düşünen, yenilikçi ürünlerin cazibesine hemen kapılmayan, materyalizm ve lükse önem vermeyen, yüksek vaatleri olmayan, tasarruflu kişiler olarak ifade edilebilir.

Bugün birçok işletme tekeli pazar koşullarından faydalanabilmek adına yeni ürün ve hizmetlerini yüksek fiyatlarla pazara sürmektedir. Son model cep telefonu, akıllı robotlar, televizyon, çamaşır kurutma makinaları gibi dayanıklı ve hayatı kolaylaştıran teknoloji ürün veya hizmetler pazarda pek çok kişi tarafından hemen kabul görse de yüksek fiyatlı olmasından dolayı bazı tutumlu tüketiciler tarafından bu mallar hemen satın alınamamaktadır (Golder ve Tellis, 1997: 260). Tutumluluğun kişinin değer ve fiyat bilincini artırdığını göstermektedir (Shoham ve Brenčić, 2004: 67). Değer ve fiyat bilinci/duyarlılığı olan tüketiciler kaynakları dikkatli bir şekilde kullanan,

israftan uzak duran tutumlu bireyleri ifade etmektedir (De Young, 1986: 442). Daha az tutumlu gençlerin zamandan tasarruf etmek ve düşük fiyatlı ürünler satın almak için ikinci ele yöneldikleri de görülebilmektedir (Deniz, 2020: 1490). Fiyat duyarlılığı yüksek seviyede olan tüketiciler, fiyatı yüksek ürünleri çok daha az talep etmekte, fiyat duyarlılığı düşük seviyede olan tüketiciler ise fiyat değişikliğine çok güçlü bir tepki göstermemektedirler (Goldsmith ve Newell, 1997: 164). Bir başka ifade ile fiyatı çok yüksek olan bir ürün tutumlu tüketiciler tarafından kolay kabul edilmemekte, daha iyi bir fiyata başka bir alternatif aramaya başlamaktalar ya da satın almaktan vazgeçmektedirler (Riorini, 2018: 412). Kısacası, finansal risk veya olumsuz ekonomik koşulların tüketicilerin yeni ürünler hakkında yeni bilgiler edinmelerini ve satın alma eğilimlerini olumsuz yönde etkilediği söylenebilir (Hirunyawipada ve Paswan, 2006: 182). Rogers (1983: 218) ekonomik olan, riski ve belirsizliği minimum düzeyde olan, ödüllendirici olarak algılanan yeniliklerin tüketiciler tarafından en hızlı şekilde kabul edildiğini belirtmektedir. Tutumlu tüketicilere daha düşük fiyatlı, daha fazla fayda ve değer sağlayan, risksiz ürünlerle hitap etmek önemlidir.

2.2. Şüphencilik/Güvensizlik/Algılanan Risk

Yenilikçilerin göze çarpan değeri girişimciliktir. Girişimci kişiler yüksek derecede risk barındıran, tehlikeli ürünleri arzlayan maceracı kişileri ifade etmektedir. Yenilikçiler, beklenmedik kârlar elde etmek için risk almak zorundadırlar. Risk alma istekliliğinin yenilikçi davranış ile pozitif yönde bir ilişkisinin olduğu görülmektedir. Şüpheli kişiler, yeniliği kabul etme hususunda temkinli davranmaktalar ve toplumun çoğu kesimi tarafından onaylanmadan yeniliği kabul etmemektedirler. Ancak bu şüpheli kesime yeniliği uygulayanlar ve kullananlar bilgi verdiği taktirde yeniliğe karşı olumlu bir tavır sergileyebilmektedirler (Rogers, 1983: 248-250). Yüksek derecede yenilik arayan tüketicilerin, kitle iletişim araçları, doğrudan ürün teşhiri veya çeşitli ticari pazarlama iletişim biçimleri dahil olmak üzere mevcut kaynakları kullanarak yeni ürünler konusunda bilgi edinme eğiliminde oldukları görülmektedir (Manning vd. 1995: 329). Bir ürünü çevreleyen bilgi seviyesi arttıkça, satın alma işlemine dahil olan risk ve dolayısıyla tüketicilerin bilinen bir ürüne güvenme ihtiyaçları azalmaktadır (Klink ve Athaide, 2010: 25). Şüphencilik, tüketicilerin yeni ürün ve hizmetlere yönelik pazarlamacıların niyetlerinden çekinmeleri, kuşku duymaları, inanmama eğilimlerini ifade etmektedir. Tüketicilerin bir ürüne karşı risk algıları azaldığında satın alma davranışının gerçekleşmesi daha olası görünmektedir (Coward vd., 2008: 1117). Bundan ötürü, reklam ve tanıtım çabaları, ürün bilgilendirmeleri, deneme

süreleri, referanslar, fikir liderleri mevcut hale getirilerek algılanan risk azaltılmaya veya tüketici güveni artırılmaya çalışılmaktadır (Klink ve Athaide, 2010: 30). Ancak şüpheliği yüksek olan tüketiciler reklamlara daha az inanmakta bu nedenle pazarlamacıların iletişim çabalarına ve uygulamalarına direnç gösterebilmektedirler (Lee, 2013: 11). Şüphe, tüketicilerin yalnızca genel duygusal durum veya kişilik özelliklerinden kaynaklanmayıp aynı zamanda sosyal çevreleriyle yaşadıkları etkileşimler, satın aldıkları bir ürün veya hizmet hakkında edindikleri deneyimler, reklamlar sonucu kazandıkları bilgi ve değerlendirmeler ile de gerçekleşebilmektedir (de Pechpeyrou ve Odou, 2012: 48). Bunun neticesinde insanlar alışveriş mağazalarına, ürünlere, markalara, reklamlara, kişilere ve düşüncelere yönelik değerlendirmelerde bulunarak olumlu ya da olumsuz tutumlar geliştirmektedirler.

Yeniliklerdeki belirsizlik büyük ise tüketicilerin yeniliklere karşı direnci büyük olmaktadır (Kline ve Rosenberg, 1986: 276). Bugün pek çok işletme için tüketici şüphesi, amaca dönük pazarlama faaliyetlerinin uygulanması için risk teşkil etmektedir. Çünkü insanlar; hükümetler, işletmeler veya kurumlar tarafından sunulan ürün veya hizmetlerin bir komplonun parçası olduğu düşüncesine kapılarak yeni ürün ve hizmetleri (İnternet bankacılığı, küresel konumlandırma sistemleri vb.) kabul etmekte zorlanabilmektedirler. Bu konu dijital çağın etkisiyle birlikte daha fazla önem kazanmaya başlamıştır (Tellis vd., 2009: 3-4). Dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan günümüz teknoloji ürünleri (Akıllı telefonlar, akıllı robotlar, robot süpürgeler vb.) bir taraftan insan hayatını kolaylaştırırken bir diğer taraftan tedirginlik duyulmasına zemin hazırlamaktadır. Kullanıcının onayı ve bilgisi olmadan telefonlara, bilgisayarlara yüklenebilen casus yazılımların olması (Kaspersky, 2023), kamera özelliği bulunan bazı robot süpürgelerin piyasaya sürülmesi (Kobal, 2022) vb. durumlar tüketicide başkaları tarafından gözetlenme veya takip edilme hissi uyandırabilmektedir. Ayrıca internet ortamında veya sosyal medya mecralarında cezbedici bazı ürün reklam ve tanıtımlarının gerçek olmaması tüketicilerde kandırılmışlık hissi doğurabilmektedir. Bu durumda tüketiciler, çok zaruri bir durum olmadıkça yeni bir ürün almaya yaklaşmamaktadırlar. COVID-19 aşılarında da benzer bir durum görülmektedir. Bütün dünyayı etkisi altına alan Pandeminin üstesinden gelebilmek amacıyla BioNTech, Sinovac, Moderna ve Sputnik vb. aşilar türemiş ancak bu aşiları kabullenmeyen bir kesimin olduğu tespit edilmiştir. Bu kişilerin aşiları kabullenmeme sebepleri araştırıldığında, yeni bir aşı olduğu için yan etkilerinden korktukları, aşı üreten firmalara güvenmedikleri, aşinin COVID19'a karşı koruyamadığı düşüncesi gibi cevaplarla karşılaşılmıştır. Hatta bazıları bu aşiların laboratuvar ortamında yapay olarak üretildiğini ve biyolojik bir silah olduğunu düşündükleri tespit

edilmiştir (Yılmaz vd., 2021: 591). Sonuç olarak, ortaya çıkan yeni ürünlerin benimsenmesi ve kullanımı hususunda insanlar çekingen davranabilmektedirler. Bu nedenle pazarlamacıların tüketicilerin değerleri, yaşam stilleri ve tüketim alışkanlıkları doğrultusunda pazarlama uygulamalarını şekillendirmeleri önemlidir.

2.3. Alışkanlık

Bireyler ve yenilik arasındaki ilişkinin temelinde bireylerin yeniliklerle karşılaştığında verdikleri tepkiler yatmaktadır. Bireysel yenilikçiliğin temelini “değişime direnç”, “fikir önderliği”, “deneyime açıklık” ve “risk alma” olmak üzere dört boyut oluşturmaktadır. Bu boyutlardan biri olan “değişime direnç”, bireylerin değişime ve yeniliğe karşı kaygılarından kaynaklanmaktadır (Çuhadar vd., 2013: 801). Değişime direncin nedenleri alışkanlıklar, tolerans gösterebilme eksikliği veya hoşgörü eksikliği, ekonomik açıdan ve gelir üzerindeki olumsuz etkiden korkma, görünmeyen ve bilinmeyen gelecekte korkma, değerli bir şeyi kaybetme korkusu ve bireylerin kişisel özellikleri olmak üzere altı başlıkta sıralanmaktadır (MSG, 2019). Alışkanlık, tüketicilerin bir şeyleri öğrenmeleri veya tecrübe etmeleri sonucunda belirli eylemleri otomatik olarak yerine getirme veya tekrarlama davranışı göstermeleri anlamına gelmektedir. Bir diğer ifade ile tüketicilerin değişime karşı direncini ve zaman içinde yeni davranışlar denemeye yönelik katılığını veya genel isteksizliğini ifade etmektedir (Tellis vd., 2009: 4). Bir bireyin yeni ve alışmadığı şeylerden korkması ve bir türlü eski alışkanlıklarını terk edememesi durumuna psikoloji literatüründe “Neofobi” adı verilmektedir (Bozkurt, 2015: 102). Yenilik korkusu olarak ifade edilen bu kavram bir kişilik özelliği ve durum olarak da ele alınabilmektedir (Yücel, 2020: 34). Alışkanlıklar, bireylerin kişiliğini ve karakterini oluşturan, geçmiş tepkilerin tekrarı olan öğrenilmiş davranışlardır. Tüketiciler geçmişte elde ettikleri deneyim ve birikimleri otomatik olarak kullanarak efor sarf etmeksizin aynı davranışı tekrarlamaktadırlar. Bu alışkanlık sürecinde önceki yaşantılar (kişisel geçmişleri), çevresel, kültürel, sosyal etkileşimler, tecrübe ve deneyimler, ekonomik durum ve refah seviyesi, medya ve reklamlar (Orhan, 2017), tutum ve inanç ve kişisel önyargıları (Örücü ve Tavşancı, 2001: 2; MSG, 2019) tüketicilerin algılamalarını ve davranışlarını etkilemektedir.

Geçmişe yönelik alışkanlık; geçmişe duyulan özlemi ve geçmiş deneyimler sonucunda aynı mülk ve faaliyetlere duyulan düşkünlük anlamına gelmektedir (Holbrook 1993: 245). Steenkamp vd. (1999) çalışmalarında, geçmişe yönelik daha olumlu bir tutuma sahip olan tüketicilerin yenilikçilik düzeylerinin daha düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu tüketicilerin geçmiş alışkanlıklarından

kolay vazgeçemedikleri için yenilikçiliğe yaklaşımlarının daha zor olduğu söylenebilir. Ancak tüketiciler coğrafi yer değiştirmeleri, yangın, deprem veya diğer doğal afetler, pandemi gibi riskli ve zaruri durumlar karşısında alışkanlıklarını değiştirmek durumunda kalabilmektedirler (Sayre ve Horne, 1996). Örneğin, pandemi döneminde insanların enfeksiyon riskinden uzak kalmak için market veya mağazalardan alışveriş yapmak yerine çevrimiçi alışverişe yönelmeleri, nakit kullanımı yerine temassız ödeme yöntemini tercih etmeleri, yeni temizlik ürünlerini denemeleri, panik satın alımlar sonucu stoklama yapmaları, uzaktan çalışma şartlarına uyum sağlamaları, Zoom, WebEx, Skype, FaceTime gibi çevrimiçi platformları sıklıkla kullanmaya başlamaları değişen tüketim davranışlarına örnek olarak gösterilebilir. Dijitalleşmenin etkisiyle birlikte her birey bir gün şartlar doğrultusunda, eski alışkanlıklarını bir kenara bırakarak yeni düzenin getirdiği sisteme adapte olmak durumunda kalacaklardır.

2.4. İsteksizlik/Çabasızlık

İsteksizlik, tüketicilerin yeni bir ürünü kabullenebilmeleri için zaman ve çaba harcamadaki gönülsüzlüğünü ifade etmektedir. Çaba harcamadaki isteksizlik, tüketicilerin bilişsel cimri oluşu veya düşünme maliyetini en aza indirmesi ile açıklanmaktadır (Shugan, 1980: 100). Alışkanlık kavramı “atalet” kavramıyla yakından ilişkilidir (Tellis vd., 2009: 4). Müşteri ataleti, amaca yönelik bir davranışın olmaması olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle atalet, müşterilerin bir yandan hayal kırıklığı yaratan tüketim deneyimleri diğer bir yandan radikal yeniliklerden yararlanma avantajları ile karşı karşıya kaldıklarında bile ‘hiçbir çaba göstermedikleri’ anlamına gelmektedir (Zeelenberg ve Pieters, 2004: 449). Tüketicilerin daha az karmaşık veya karmaşık, ihtiyaçlarına uygun, daha düşük belirsizlik içeren (Arts vd., 2011: 134), faydalı ve kullanım kolaylığı olan yenilikler için daha fazla çaba gösterme eğiliminde oldukları görülmektedir (Davis, 1989: 319).

Tüketicilerdeki çabasızlık; duygusal durumlarına ve ruh haline bağlı olarak da etkisini göstermektedir. Kimi zaman negatif hislerin etkisi altında kalan tüketiciler korku, çekince, üzüntü, pişmanlık, kırgınlık vb. duygularını tüketime yansıtarak tüketim yapmaktan kaçınabilmekte, kimi zaman mutluluk, sevinç, heyecan, sakinlik, rahatlık gibi pozitif duyguları aracılığı ile tüketimi tatmin sağlayan bir etkinliğe dönüştürebilmektedirler (Yücel, 2020: 32). Tüketicilerin genellikle sosyalleşmek, başkaları ile bağ kurmak, olumsuz duygulardan kurtulmak, kendini özel hissetmek, trendlere ayak uydurmak, yeni ürünleri görmek, başkalarına hava atmak, indirimlerden faydalanmak gibi hedonik sebeplerle alışveriş yaptıkları gözlenmektedir (Arnold ve Reynolds, 2003: 80-

81). Ancak bu alışveriş davranışı, olumlu ve olumsuz ruh haline bağlı olarak tüketicilerde farklılık gösterebilmektedir. Tüketicilerin ruh hali, öznel olarak algılanan duygusal durumunun fenomenolojik bir özelliği olarak nitelendirilmekte ve alışveriş davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Olumlu ruh halindeki insanların, sahip oldukları veya sahip olmak istedikleri mülkleri, olumsuz ruh halinde olan insanlara göre daha değerli gördükleri tespit edilmiştir. Bu durumun kişilerin duygusal durumlarına göre değiştiğini göstermektedir (Forgas ve Ciarrochi, 2001: 239). Swinyard (1993: 277) çalışmasında tüketicilerin olumlu duygular içerisinde yaptıkları alışverişini olumsuz bir ruh halinde iken yaptıklarından çok daha pozitif değerlendirdiklerini tespit etmiştir. Buradan hareketle, duygusal durumu iyi olan tüketicilerin alışveriş veya yenilikçi ürünleri denemek için daha fazla çaba göstermeye meyilli oldukları çıkarımı yapılabilir. Bu çalışmaya benzer bir şekilde, Babin ve Darden (1996: 204) çalışmasında, müşterilerin olumlu ruh hali ile satın alma davranışları ve memnuniyetleri arasında doğrudan bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Bununla birlikte, alışveriş yapan kişilerin olumsuz ruh halinin harcamaları önemli ölçüde azaltmadığı ancak memnuniyeti düşürdüğü görülmüştür. Harcamaların düşmeme sebebinin bazı kişilerin mağazadan çok hızlı ve fazla düşünmeden alışveriş yapmalarından kaynaklandığı söylenebilir. Olumsuz ruh haline bürünmüş bu kişilerin harcama yapsalar bile memnuniyet düzeylerinin düşük olması ise tüketicilerin yaptıkları alışverişten haz almadıkları manasına gelebilir. Bu nedenle tüketicilerin herhangi bir ürünü veya markayı deneyimlemeye istekli oluşlarında veya satın alma karar sürecinde ruh halinin, duygularının ve alışkanlıklarının önemli bir etkisinin olduğu söylenebilir.

2.5. Nostalji

Nostalji, geçmişe duyulan özlem sonucunda tüketicilerin nostaljik ürünlere yönelmelerini ifade eden duygusal durumu ifade etmektedir. Nostalji kavramı tarihte ilk kez İsviçreli bir ordu doktoru tarafından bir tür hastalık belirtisi olarak ortaya atılmış sonrasında yavaş yavaş bir ruh haline evrilmiş, ardından tıptan psikolojiye kadar uzanan araştırma alanında yaygın olarak kullanılabilen bir kavram haline gelmiştir. Günümüzde de sosyoloji, pazarlama ve tüketici davranışı konuları bağlamında akademisyenler tarafından araştırıldığı görülmektedir (Cui, 2015: 126). Akademisyenler, insanların "nostalji yoluyla geçmiş yaşamların parçalarını bir araya getirerek daha güçlü bir benlik duygusu elde ettiklerini" iddia etmektedirler (Sedikides vd., 2004: 206). Tüketici yenilikçiliği, tüketicilerin geçmişe yönelik genel tavrına bağlı olarak yeniliklere karşı verecekleri tepkiyi ifade etmektedir. Holbrook (1993: 245), "şeylerin

şimdi olduğundan daha iyi olduğunu” ifade ederek bu özelliği eskiyi yüceltme eğiliminde olan tüketiciler arasında tanımlamaktadır. Bu duygunun çocukluk, ergenlik dönemlerinde ve hatta doğumdan önce oluşmaya başladığı belirtilmektedir. Davis (1979: 64) ise nostaljik dürtüyü, şimdiki zamandan daha çok şey verdiği düşünülen geçmişin tadını çıkarma ihtiyacı olarak nitelendirmektedir. Nostalji duygusu ile hareket eden tüketiciler sürekli geçmişe yönelik bir tür sevgi beslemesinden dolayı yeniliklere kendisini kapatabilmektedir. Bu nedenle nostalji de bir tüketici yenilikçiliği engeli olarak değerlendirilmektedir.

Tüketici yenilikçiliği engellerinden biri olarak değerlendirilen nostalji kavramı, pazarlamacılar tarafından tüketicilerle iletişim kurmada iyi bir yol olarak değerlendirilmekte ve pazarlama alanında olumlu bir etki yarattığı da belirtilmektedir. Günümüz pazarlamacılarının, eskiden var olan marka ve ürünleri günümüz modern üretim anlayışına uygun olacak şekilde tasarlayarak, bu ürünleri reklamlarla destekleyerek veya geçmişe ait bir markanın logosunu, ambalajını kullanarak (Karabulut, 2020) tüketicilerin nostaljisini canlandırmak, harekete geçirmek, derinlerinde yatan anıları uyandırmak ve sonunda tüketicileri satın alma davranışına teşvik etmek amacıyla nostalji pazarlaması bir diğer adı ile retro pazarlamasından yararlandıkları dikkat çekmektedir (Cui, 2015:126). Nostalji pazarlaması, filmler, animasyonlar, müzikler, oyunlar, turizm ve kültürel miras endüstrilerinin yanı sıra teknoloji, gıda ve moda sektörlerinin büyük bir kısmına da nüfuz etmektedir. Vikings, Mad Men ve Stranger Things gibi nostalji tabanlı diziler, plakların geri dönüşü, Adele ve Sam Smith gibi listeleri alt üst eden pop sanatçılarının retro tınılı müzikleri (Hartmann ve Brunk, 2018: 1), 80'ler ve 90'lardaki şarkıların günümüzde tekrar seslendirilmesi, Vintage kıyafetler veya Retro kazak modellerinin günümüzde hâla tercih edilmesi, hediyeleşmede gramafon müzik kutusu, şarjlı nostaljik ahşap radyo, eskitme ürünler, vosvos araba maketleri vb. ürünlerin tercih edilmesi nostalji ürün örneklerindedir. Bu bağlamda kişilerin geçmişe özlem duydukları hatıraların pazarlamacılar tarafından ilgi çekici çağrışımlarla sunulması, tüketicileri etkileme açısından önemli bir husustur. Böylelikle tüketiciler özlem duydukları nostaljik ürünler çerçevesinde piyasaya yeni sürülen bu yeni ürünlere de ilgi gösterebilecekleri düşünülmektedir.

2.6. Zamansızlık

Günümüzde alışveriş, doğal gereksinimlerin karşılanmasını sağladığı gibi psikolojik tatmin ve boş zamanların da değerlendirilmesini sağlayan bir faaliyet niteliği taşımaktadır. Bireyler fikir edinmek, yeni eğilimleri ve modayı takip etmek, yeni ürün ve gelişmelerden haberdar olmak, rahatlamak, başkalarını

mutlu etmek, sosyal ilişkiler kurmak, fırsatları yakalamak gibi güdülerle alışveriş yapma eğilimi gösterebilmektedirler (Altınay ve Bilgimöz, 2015: 37-39). Postmodern toplumun en öne çıkan özellikleri hızlı değişim, aşırı tüketim ve gösterişçi tüketim olarak değerlendirilmektedir (Şentürk, 2012: 74). Bu hızlı değişime adapte olmak isteyen tüketiciler, boş zamanlarında moda olan ürünleri takip etme veya satın alma davranışında bulunabilmektedirler. 'Bu bağlamda tüketiciler trafik ve park sorunu, zamansızlık, uzaklık, kalabalık alışveriş ortamı, kasa sırasında uzun kuyrukta bekleme, fiyatları başka mağazaların fiyatları ile karşılaştırma zorluğu gibi nedenlerden dolayı mağazalarda oyalanmaktan ve alışveriş yapmaktan zevk alamaz hale gelmişler, keyifli öneriler ve farklı seçenekler sunan, fiyat karşılaştırmalarına izin veren, araştırma kolaylığı sağlayan çevrimiçi alışveriş sitelerine yönelim göstermişlerdir' (Özger, 2009: 214). Tüketiciler internet alışverişine faydacı ve hedonik nedenlerden dolayı yönelmektedirler. Bazı internet alışverişçileri "problem çözücüler" olarak nitelendirilirken bazıları "eğlence, fantezi, uyarılma, duyuşsal uyarım ve keyif" arayanlar olarak ifade edilmektedir. Problem çözücüler alışverişini bir ürün veya hizmeti elde etmek amacıyla yaptıkları bir iş, görev olarak görmekte ve en verimli şekilde, zamanında hedefine ulaşabilmeyi amaçlamaktadır. Eğlence yönelimli tüketiciler ise çevrimiçi alışverişini keyifli bir zaman geçirme dilimi olarak algılamaktadırlar (Monsuwé vd., 2004: 106). Jaturavith (2007) çalışmasında tüketicilerin internet deneyiminin (internet kullanım süresi ve çevrimiçi satın alma sıklığının) yenilik özellikleriyle (algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan zevk) olumlu bir ilişki içinde olduğunu ortaya koymuş bunun bir neticesi olarak internet, tüketiciler tarafından bir alışveriş ortamı olarak benimsenmeye başlanmıştır. Çevrimiçi mağazaların günün her saatinde açık ve her yerden erişilebilir olması, istenilen zaman, istenilen yerde tek veya birkaç tıklama ile sipariş verebilme imkânı vermesi tüketicilerin işini oldukça kolaylaştırmakta ve zamandan tasarruf sağlamaktadır (Bal ve Okay, 2022: 112).

Zamansızlık yüzünden önceleri alışverişe çıkmayan tüketicilerin trend moda ürünleri veya teknolojik ürünleri, markaları takip etmeleri, alışverişe çıkmaları, yeni ürünler denemeleri çok zor iken günümüz teknoloji çağı ile birlikte bu durum aşılmış görülmektedir. Bundan dolayı, zamansızlık kavramını ortadan kaldıran, en uygun, en faydalı, en şık, en trend olan ürünler sunan internet alışverişini, tüketiciler mükemmel bir seçenek olarak görmeye başlamışlardır. Bu nedenle günümüz dijital çağının etkisiyle birlikte değişim gösteren "zaman(sızlık)" kavramının artık tüketici yenilikçiliği engellerinden olup olmadığı tartışma konusu olarak değerlendirilebilir.

3. Sonuç ve Öneriler

Tüketici yenilikçiliği konusu üzerinde durmak, küresel rekabetin artması ile birlikte tüketicilerin dünya pazarlarında yeni ürünlere yaklaşımlarını tespit edebilmek ve bu doğrultuda stratejiler geliştirebilmek açısından önemlidir. Tüketici yenilikçileri; yeni fikirlere açık, sosyal sistemdeki diğer üyelere kıyasla yenilikleri daha hızlı benimseyen, sık satın alma eğilimi gösteren ve yeni ürünlerin yayılmasında rol oynayan bireyleri temsil etmektedir. Tüketicilerin yeniliklere açık olmasının önünde bir takım engeller olduğu görülmektedir. Bu engeller kimi zaman işletmelerden kaynaklı olabildiği gibi kimi zaman tüketicilerden kaynaklanabilmektedir. Bu çalışmada, yeniliğin kabullenilmesi sürecinde tüketicilerin kişilik ve psikolojik özelliklerinden kaynaklanabilecek engeller üzerinde durulmuştur. Yapılan literatür araştırması sonuçlarından hareketle gerçekleştirilen bu çalışmada, tüketicilerin yenilikçi davranışına engel olan boyutların “tutumluluk, şüphecilik/güvensizlik/algılanan risk, alışkanlık, isteksizlik/çabasızlık, nostalji ve zamansızlık” olduğu tespit edilmiştir. İşletmeler, yenilik geliştirirken ve tasarlarırken bu engelleri göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Bu hususta işletmeler tüketici direncini hafifletebilmeye yönelik bazı önlemler alabilirler. Tüketici yenilik direncine karşı uygulanabilecek işletme stratejileri aşağıdaki gibidir:

- İşletmelerin belirleyecekleri stratejiler tüketici beklentilerine uygun yapılmalıdır. Bunun için öncelikle tüketici problemleri tespit edilmeli, isteklerine kulak verilmeli ve tüketici ile yakından ilişki kurulabilmelidir. Bu hususta psikolojik danışmanlardan destek alınabilir.
- Tüketiciler için yalnızca faydayı maksimize etmek yerine, tüketicilerin algıladıkları riskleri en aza indirecek çözümler üretilmelidir. Tüketicilerin güvenini kazanabilmek için tastik edici veya belgelendirici bilgiler sunulabilir, ürünler garanti belgeleri ile verilebilir.
- Tutumlu tüketicilere yönelik ödül ve promosyonlar, uygun fiyat teklifleri sunulabilir, ikinci el ürünlere yönlendirilebilir.
- Tüketicilere ürün kullanımını öğretmek ve faydasını göstermek amacıyla ilgi çekici reklam mesajları ve eğitimler verebilir, ürünü deneme kolaylığı sağlanabilir.
- Tüketicilerin ruh halini olumlu hale getirecek geliştirilmiş fiziksel veya çevrimiçi mağaza ortamı yaratılabilir.
- İsteksiz olan tüketicilerin dürtülerini daha fazla uyandırmaya ve benliklerini ortaya çıkarmaya yönelik farklı içerikler ve/veya tüketicilere özel kişileştirilmiş, yaratıcı ürünler üretebilme gayreti gösterilebilir.

- Geçmişini özleyen, nostaljiye önem veren tüketiciler için geçmişe yönelik ürün kategorilerinden faydalanılarak yeni ve merak uyandıran şeylere daha hızlı ilgi çekilebilir. Hatıraları canlandıran, duygulara dokunan reklam kampanyaları ile desteklenebilir.

Tüketici yenilikçiliğini engelleyen hususlar kapsamında tüketici özellikleri açısından yapılan çalışmaların sayısı yeterli düzeye ulaşmamıştır. Gelecek araştırmalarda tüketici yenilikçiliğine engel olan faktörlerin ayrıca yaş, eğitim, cinsiyet gelir vb. demografik özellikler bağlamında da araştırılması gerekmektedir. Farklı değişkenlerin ilave edilmesi yoluyla farklı amaçlar içeren çalışmaların yapılması literatüre önemli katkılar sunabilecektir.

Kaynakça

- Akdoğan, M. Ş. ve Karaaslan, M. H. (2013). Tüketici yenilikçiliği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(2), 1-20.
- Alan, A. K., Kabadayı, E. T. ve Köksal, C. G. (2018). Tüketicilerin kişilik özelliklerinin ve zaman baskısının online alışveriş niyeti üzerindeki etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 56, 40-56.
- Altınay, M. ve Bilgimöz, S. (2015). Alışveriş merkezlerinin tercih edilme nedenleri ve rekreasyonla ilişkisi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2(3), 37-47.
- Arnold, M. J. ve Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77-95. doi:10.1016/S0022-4359(03)00007-1
- Arts, J. W. C., Frambach, R. T. ve Bijmolt, T. H. (2011). Generalizations on consumer innovation adoption: a meta-analysis on drivers of intention and behavior. *International Journal of Research in Marketing*, 28(2), 134-144. doi:10.1016/j.ijresmar.2010.11.002
- Babin, B. J. ve Darden, W. R. (1996). Good and bad shopping vibes: spending and patronage satisfaction. *Journal of Business Research*, 35(3), 201-206.
- Bal, F. ve Okkay İ. (2022). İnternet tabanlı sorunlu alışveriş davranışı: çevrimiçi alışveriş bağımlılığı. *Bağımlılık Dergisi*, 23(1), 111-120. doi: 10.51982/bagimli.973306
- Baş, Y., Okutan, S. ve Altunışık, R. (2015). Tüketicilerin yenilikçilik eğilimlerini etkileyen davranışsal ve kişiliksel faktörlerin incelenmesi: gıda alışverişleri üzerine bir uygulama. *BJSS Balkan Journal of Social Sciences/Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), 60-82.
- Bozkurt, Ö. (2015). Sosyal hizmet işletmelerinde yenilik yönetimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 89-106.
- Bulut, Ç. ve Arbak, H. (2012). İnovasyon, direnç ve iletişim: Kavramsal bir tartışma, s.5-19; içinde Ed.Selçuk Karaata, Yenilik, Yenileşim, İnovasyon Dünyasına Bir Yolculuk. EGIAD Yayınları: İzmir.
- Chandrasekaran, D. ve Tellis, G. J. (2008). Global takeoff of new products: culture, wealth, or vanishing differences?, *Marketing Science*, 27(5), 844-860. doi:10.1287/mksc.1070.0329
- Couture, A., Arcand, M., Sénécal, S. ve Ouellet, J. F. (2014). The influence of tourism innovativeness on online consumer behavior, *Journal of Travel Research*, 54(1), 66-79. doi:10.1177/0047287513513159
- Cowart, K. O., Fox, G. L. ve Wilson, A. E. (2008). A structural look at consumer innovativeness and selfcongruence in new product purchases. *Psychology and Marketing*, 25(12), 1111-1130. doi:10.1002/mar.20256

- Cui, R. (2015). A review of nostalgic marketing. *Journal of Service Science and Management*, 8(1), 125-131. doi:10.4236/jssm.2015.81015
- Çuhadar, C., Bülbül, T. ve Ilgaz, G. (2013). Exploring of the relationship between individual innovativeness and techno-pedagogical education competencies of pre-service teachers. *Elementary Education Online*, 12(3), 797-807.
- Davis, F. (1979). *Yearning for yesterday*. The Free Press, New York.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339. doi: 10.2307/249008
- De Pechpeyrou, P. ve Odou, P. (2012). Consumer skepticism and promotion effectiveness. *Recherche et Applications en Marketing*, 27(2), 45-69.
- De Young (1986). Encouraging environmentally appropriate behavior: The role of intrinsic motivation. *J. Environmental Systems*, 15(4), 281-292.
- Deniz, A. ve Erciş, A. (2016). Tüketici yenilikçiliğinin boyutları ve yenilikçiliği etkileyen faktörler arasındaki ilişkiler, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, KAÜİİBFD*, 7(14), 461-475.
- Deniz, E. (2020). Çevrimiçi ikinci-el giyim eşyası satın almaya etki eden faktörlerin incelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 1487-1519. doi:10.15869/itobiad.700919
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. ve Miniard, P. W. (1990). *Consumer Behavior*, Sixth Edition, The Dryden Press International Edition, ABD.
- Forgas, J. P. ve Ciarrochi, J. (2001). On being happy and possessive: The interactive effects of mood and personality on consumer judgments. *Psychology & Marketing*, 18(3), 239-260. doi:10.1002/1520-6793(200103)18:3<239::AID-MAR1007>3.0.CO;2-B
- Golder, P. N. ve Tellis, G. J. (1997). Will it ever fly? modeling the growth of new consumer durables. *Marketing Science*, 16(3), 256-270.
- Goldsmith, R. E. ve Newell, S. J. (1997). Innovativeness and price sensitivity: Managerial. *Journal of Product & Brand Management*, 6(3), doi:163-174. 10.1108/10610429710175682
- Hadjimanolis, A. (1999). Barriers to innovation for smes in a small less developed country (Cyprus). *Technovation*, 19, 561-570. doi:10.1016/S0166-4972(99)00034-6
- Hartmann, B. J. ve Brunk, K. H. (2019). Nostalgia marketing and (re-)enchantment. *International Journal of Research in Marketing*, 36(4), 669-686. doi:10.1016/j.ijresmar.2019.05.002
- Hirschman, E. C. (1980). Innovativeness, novelty seeking, and consumer creativity. *Journal of Consumer Research*, 7(3), 283-295.

- Hirunyawipada, T. ve Paswan, A. K. (2006). Consumer innovativeness and perceived risk: implications for high technology product adoption. *Journal of Consumer Marketing*, 23(4), 182-198. doi:10.1108/07363760610674310
- Holbrook, M. B. (1993). Nostalgia and consumption preferences: Some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research*, 20(2), 245-256.
- Jaturavith, W. (2007). Consumer adoption of the internet as a shopping medium: The case of Thailand. Marshall Goldsmith School of Management Alliant International University, (Doctor of Business Administration), San Diego.
- Kambar, R. (2016). Tüketici yenilikçiliği ve ürün ilgileniminin marka sadakati üzerindeki etkisi. Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kocaeli.
- Karabulut, V. (2020). Retro pazarlama nedir?, <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/vedat-karabulut/retro-pazarlama-nedir-41688119>
- Karspersky (2023). Casus yazılım nedir?-Tanım, <https://www.kaspersky.com.tr/resource-center/threats/spyware> Erişim: 11.02.2023.
- Kaufman A., Tödling F. (2002). How effective is innovation support SMEs?, Analysis of the region of upper Austria, *Technovation*, 22(3), 147-159.
- Kaushik, A. K. ve Rahman, Z. (2014). Perspectives and dimensions of consumer innovativeness: A literature review and future agenda, *Journal of International Consumer Marketing*, 26(3), 239-263. doi:10.1080/08961530.2014.893150
- Kavak, B., Sunaoğlu, Ş. K. ve Taner, N. (2017). Yeniliği benimseyen kategorilerinin bütüncül ve analitik düşünme açısından farklılıkları: akıllı telefonlar için bir inceleme. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 20(10), 179-200.
- Kılıçer, T. ve Çelik, P. E. (2018). Bana arkadaşımı söyle, sana yenilikçi olup olmadığını söyleyeyim: Akran sosyalleşmesinin tüketici yenilikçiliğindeki rolü, *Yönetim ve Ekonomi*, 25(3), 1051-1067. doi:10.18657/yonveek.317758
- Kline, S. J. ve Rosenberg, N. (1986). An overview of innovation, in, the positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth. *National Academy of Sciences*, 275-305.
- Klink, R. R. ve Athaide, G. A. (2010). Consumer innovativeness and the use of new versus extended brand names for new products. *Journal of Product*

Innovation Management, 27, 23-32. doi:10.1111/j.1540-5885.2009.00697.x

- Kobal, G. (2022). Robot süpürgeciğin çektiği görüntülerin sosyal medyaya düşmesi skandal oldu...Akıllı cihazlara ne kadar güvenmeliyiz? 9 Soru 9 Yanıt <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/robot-supurgenin-cektigi-goruntulerin-sosyal-medyaya-dusmesi-skandal-oldu-akilli-cihazlara-ne-kadar-guvenmeliyiz-9-soru-9-yanit-42194943> Erişim: 11.02.2023.
- Kunz, W., Schmitt, B. ve Meyer, A. (2011). How does perceived firm innovativeness affect the consumer?, *Journal of Business Research*, 64(8), 816-822. doi:10.1016/j.jbusres.2010.10.005
- Lastovicka, J. L., Bettencourt, L. A., Hughner, R. S. ve Kuntze, R. J. (1999). Lifestyle of the tight and frugal: Theory and measurement. *Journal of Consumer Research*, 26(1), 85-98. doi:10.1086/209552
- Lee, J. (2013). The effects of persuasion knowledge on consumers' responses to green advertising: focusing on skepticism as mediator. Master's Thesis, University of Tennessee, Knoxville, USA.
- Lian, J. W., Liu, H. M. ve Liu I. L. (2012). Applying innovation resistance theory to understand user acceptance of online shopping: The moderating effect of different product types. *Computer Technology and Application*, 3, 188-193.
- Manning K. C., William, O. B. ve Madden, T. M.. (1995). Consumer innovativeness and the adoption process. *Journal of Consumer Psychology*, 4(4), 329-345. 10.1207/s15327663jcp0404_02
- Midgley, D. F. ve Dowling, G. R. (1978). Innovativeness: The concept and its measurement, *Journal of Consumer Research*, 4(4), 229-242. doi:10.1086/208701
- Monswé, y T. P., Dellaert, B. G. ve De Ruyter, K. (2004). What drives consumers to shop online? A literature review. *International Journal of Service Industry Management*, 15(1), 102-121. doi: 10.1108/09564230410523358
- MSG (2019). Individual and organizational sources of resistance to change. <https://www.managementstudyguide.com/individual-and-organizational-sources-of-resistance-to-change.htm>. (Erişim tarihi: 23.02.2023).
- Nabih, M. I., Bloem, S. G. ve Poiesz, T. B. C. (1997). Conceptual issues in the study of innovation adoption behavior. *Advances in Consumer Research*, 24, 190-196.
- Oh, H. Y. (2016). Innovativeness or confidence? The effect of consumer innovativeness and self-efficacy on the acceptance and diffusion of

- innovative technology. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*, 10(8), 117-126.
- Orhan, R. (2017). Alışkanlık. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 301-316.
- Örücü, E. ve Tavşancı, S. (2001). Gıda ürünlerinde tüketicinin satın alma eğilimini etkileyen faktörler ve ambalajlama. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 1-13.
- Özger, G. (2009). İletişim sürecinde alıcı anlamlandırmalarının kuramsal etkileşimi pencereden sarkan sepetlerden sanal sepetlere online alışveriş, *Marmara İletişim Dergisi*, 14, 193-215.
- Persaud, A. ve Azhar, I. (2012). Innovative mobile marketing via smartphones: are consumers ready?, *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 418-443.
- Phillips, L.W. ve Sternthal, B. (1977). Age differences in information processing: a perspective on the aged consumer, *Journal of Marketing Research*, 14(4), 444-457. doi:10.1177/00222437770140040
- Quoquab, F., Abdullah, N. L. ve Mohammad, J. (2016). Investigating the effects of consumer innovativeness, service quality and service switching costs on service loyalty in the mobile phone service context, *Gadjah Mada International Journal of Business*, 18(1), 21-53. doi:10.22146/gamaijb.9286
- Ram, S. ve Sheth, J. N. (1989). Consumer resistance to innovations: The marketing problem and its solutions. *The Journal of Consumer Marketing*, 6(2), 5-14. doi:10.1108/EUM0000000002542
- Riorini, S.V. (2018). Social Media Marketing Toward Perceptual Consciousness and Its Impact on Online Purchasing Intention. *European Research Studies Journal*, 21(1), 402-416.
- Robertson, T. S. (1967). Consumer innovators: the key to new product success. *Social Sciences*, 10(2), 23-30. doi:10.2307/41164099
- Rogers, R. M. (1983). *Diffusion of Innovations*, Third Edition, Macmillan Publishing, London.
- Rogers, E. M., (2003), *The Diffusion of Innovations*, Fifth Edition, The Free Press, New York.
- Sabuncu, B. (2014). Kobi'lerde yenilik ve engellerinin tespitine yönelik bir araştırma: Denizli örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 103-123.
- Salari, N. ve Shiu, E. (2015). Establishing a culturally transferrable consumer innovativeness scale for radical and really new innovations in new markets. *Journal of Marketing Analytics*, 3(2), 47-68. doi:10.1057/jma.2015.8

- Sayre, S. ve Horne, D. (1996). I shop, therefore I am: The role of possessions for self-definition, in Corfman, K. P. and Lynch, J. G. Jr. (Eds) *Advances in Consumer Research*, 23, 323-328, Association for Consumer Research, Provo, UT.
- Schiffman, L. G. ve Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior*. 8th International Edition, Prentice Hall.
- Sedikides, C., Wildschut, T. ve Baden, D. (2004). Conceptual issues and existential functions, *Handbook of Experimental Existential Psychology*.
- Sheth, J. N. (1981). Psychology of innovation resistance: The less developed concept (LDC) in diffusion research. *Research in Marketing*, 4, 273-282.
- Shoham, A. ve Brenčič, M. M. (2004). Value, price consciousness, and consumption frugality: An empirical study. *Journal of International Consumer Marketing*, 17(1), 55-69. doi: 10.1300/J046v17n01_04
- Shugan, S. M. (1980). The cost of thinking, *Journal of Consumer Research*, 7(2), 99-112.
- Steenkamp, E. M. J. B., Hofstede, F. ve Wedel, M. (1999). A cross-national investigation into the individual and national cultural antecedents of consumer innovativeness, *Journal of Marketing*, 63, 55-69. doi:10.2307/1251945
- Summers, J. O. (1971). Generalized change agents and innovativeness. *Journal of Marketing Research*, 8(3), 313-316. doi:10.1177/00222437710080030
- Swinyard, W. R. (1993). The effects of mood, involvement, and quality of store experience on shopping intentions. *Journal of Consumer Research*, 20(2), 271-280. doi:10.1086/209348
- Şentürk, Ü. (2012). Tüketim toplumu bağlamında boş zamanların kurumsallaştırdığı bir mekân: alışveriş merkezleri (AVM). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13, 63-77.
- Tellis, G. J., Yin, E. ve Bell, S. (2009). Global consumer innovativeness: Cross-country differences and demographic commonalities. *Journal of International Marketing*, 17(2), 1-22. doi:10.1509/jimk.17.2.1
- Thoms, E. M. ve Sprenkel, R. J. (1996). Overcoming customer resistance to innovation: A case study in technology transfer from the developer to the pest control operator. *Proceedings of the Second International Conference on Urban Pests*, 459-465.
- Todd, S. ve Lawson, R. (2003). Towards an understanding of frugal consumers. *Australasian Marketing Journal*, 11(3), 8-18. doi: 10.1016/S1441-3582(03)70131-1

- Türk, B. (2012). Tüketici yenilikçiliğinin moda ürünleri benimseme eğilimi üzerindeki etkileri, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- Uhl, K. Andrus, R. Poulsen, L. (1970). How are laggards different? an empirical inquiry, *Journal of Marketing Research*, 7(1), 51-54. doi:10.1177/002224377000700105
- Vandecasteele, B. ve Geuens, M. (2010). Motivated consumer innovativeness: concept, measurement, and validation. *International Journal of Research in Marketing*, 27(4), 308-318.
- Venkatraman, M. P. (1991). The impact of innovativeness and innovation type on adoption. *Journal of Retailing*, 67(1), 51-67.
- Yener, D. ve Taşçıoğlu, M. (2020). Algılanan risk ve yenilikçiliğin tüketici direnci üzerindeki etkisi: Ebeveynlerin organik gıdalara karşı tutumları, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16(2), 429-441. doi:10.17130/ijmeb.756949
- Yılmaz, H.İ., Turğut, B., Çıtlak, G., Oğulcan, M., Paralı, B., Engin, M., Aktaş, A. ve Alimoğlu, O. (2021). Türkiye’de insanların COVID-19 aşısına bakışı. *Dicle Tıp Dergisi*, 48(3), 583-594.
- Yücel, E. K. (2020). Neofobinin (yenilik korkusunun) hedonik tüketim üzerine etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 21(1), 31-45. doi:10.24889/ifede.719987
- Zeelenberg, M. ve Pieters , R. (2004). Beyond valence in customer dissatisfaction: a review and new findings on behavioral responses to regret and disappointment in failed services, *Journal of Business Research*, 57(4), 445–55. doi:10.1016/S0148-2963(02)00278-3

10. Bölüm

Osmanlı Devleti'nde Su Vakıf ve Yapılarında Çalışan Görevliler

Samettin BAŞOL¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü, Tokat, Türkiye.
samettin.basol@gop.edu.tr

Giriş

Tarih öncesi devirlerden günümüze su, insanlığın en temel ortak ihtiyaçlarından biri durumunda olmuştur. Su mimarisinin henüz gelişmediği dönemlerde toplumlar, bu ortak ihtiyacı temin için ırmak, göl gibi doğal su kaynaklarının yakınına yerleşmişlerdir. İlerleyen dönemlerde çeşitli türde su yapıları kurarak suyu yaşadıkları yere ulaştırmışlar ve yerleşim yerlerinde dağıtmışlardır.

İslamiyet'in günlük hayatta ve ibadetlerde temiz olmayı, aç-susuz insanları yedirip içirmeyi salık vermesi, suya önem atfetmesi Türk-İslam devletlerinde diğer vakıf-kamu yapılarıyla birlikte su mimarisinin gelişimine büyük katkı sağlamıştır. Bu doğrultuda Türk-İslam devletlerinde özellikle şehirlerde bentler, su kanalları, sarnıçlar, çeşmeler, sebiller, şadırvanlar, su kuyuları, su dağıtım sistemleri, maksemeler, hamamlar inşa edilmiştir. Bu eserler, şehirlerin, kasabaların, dini mekanların ayrılmaz bir parçası, temel bir unsuru olarak düşünülmüştür. Zamanla toplumun ince zevkiyle buluşan, estetik, edebiyat, şiir, hat, süsleme, maden işleme ve mimari gibi güzel sanatlar anlayışıyla yoğrulan su yapıları, Türk tarihinde Su Medeniyetinin bir parçası olmuşlardır. Bahsi geçen su yapılarından bir bölümü, Anadolu'da ve Osmanlı Devleti'nin hâkim olduğu diğer coğrafyalarda, tarihi ve kültürel mirasın somut bir ögesi olarak varlığını hala sürdürmektedir.

Osmanlı çağında su yapılarının çoğu hayırsever kişilerce vakıf anlayışıyla kurulurdu. Vakıf ve hayır düşüncesiyle oluşturulan su tesislerinin sonsuza kadar topluma hizmet sunması amaçlanırdı. Vakıf kuranlar bu yapıların suyu temin ve isal edebilmesi, korunması, temel işlevini ve hizmetini sürdürebilmesi için yapının özelliğine göre çeşitli görevliler tayin ederdi. İşte bu çalışma tarihi su yapılarında çalışan ve emeği geçen görevlileri konu edinmiştir. Yazının amacı, araştırma ve belgeler yoluyla vakıf su yapılarıyla ilişkili görevlileri tanıtmak, meslek erbabının yaptıkları iş ve vazifeleri belirtmek, bu kişilerin çalışmaları karşılığında vakıflardan aldıkları ücretlere değinmektir.

Osmanlı Devleti'nde, belediye teşkilatı kurulana kadar halkın ihtiyaç duyduğu hemen tüm beledi-kamu hizmetleri vakıflarca yürütülürdü. Bu hizmetler arasında su temini ve dağıtımına yönelik olanlar önemli bir yer tutardı. İlgili dönemde su yolu, kemer, çeşme, sebil, şadırvan, bent, köprü, kanal, hamam ve benzeri su yapıları vakıflar tarafından tesis edilirdi. Vakıflar, sayılan eserlerin yalnız imar ve inşasını yürütmekle kalmaz aynı zamanda onların tamir, bakım ve onarım masraflarını da karşılardı. Anılan işleri yerine getirmek için çok sayıda vakıf görevlisi, su yapılarında hizmet ederdi.

Osmanlılar zamanında insanların suya erişimi, suyun insanlara ulaştırılması günümüzdeki kadar kolay ve yaygın değildi. Bunun için önce bir su kaynağı veya

havzası tespit edilmesi gerekirdi. Su bulunduktan sonra yerleşim birimine taşınması için ya yer altına künkler döşenir ya da toprak üstünde su kemerleri inşa edilirdi. Maslak, maksem, sarnıç, su terazisi adı verilen yapılarla su, yerleşim yerinin bölümlerine, mahallelerine dağıtılırdı. Mahallelerde çeşmeler, sebiller; cami, mescit bahçelerinde ise musluk veya şadırvanlar inşa edilir, su akıtılırdı. Halk, su ihtiyacını buralardan temin ederdi. Tüm bu işler, düzenli bir teşkilat, büyük bir masraf ve geniş bir hizmetli zümresini gerekli kılardı. İşte burada vakıf kurucular ve vakıfları devreye girerdi. Kısacası Osmanlı devrinde su ve vakıf neredeyse birbirinden ayrılmaz iki kavramdı. Hem suyun kendisi hem de suyu akması ve insanlara ulaştırılması için kurulan çeşme, su yolu, sebil vb. yapıların kendileri vakfedilirdi.

Vakıf kurucuları, kurdukları vakıflarla şehirlerin kurulmasını, gelişmesini ve kalkınmasını sağlarken burada yaşayan halk için gerekli tüm kamu hizmetlerinin yerine getirilmesinde de etkin rol oynamışlardır. Tesis ettikleri su yapıları halkın su ihtiyacını karşılardı. Bu minvalde vakıf kuranlar yalnız yerleşim birimlerine uzaktan su temin etmekle kalmaz şehre ulaşan su yollarının, mahallelerdeki su alt yapısının, çeşme, sebil, şadırvan gibi tüm su tesislerinin ihtiyaç halinde bakım, onarım ve yenilenmeleriyle de ilgilenirlerdi. Bunun için vakfiyelerine su yapılarının bakım ve onarımlarını sağlayacak şartlar yazdırır, bu işleri yerine getirecek hizmet görevlilerini belirtir, işin malzeme masrafı ve vazifelilerin maaşı için de belirli bir ödenek ayırırlardı.¹ Osmanlı dünyasında insanlara doğrudan su ulaştırmaya ya da sadece mevcut su yapılarının tamir ve bakımına yönelik kurulmuş yüzlerce vakıf mevcuttu. Bu türden vakıflara genel olarak “su vakıfları” adı verilir.² Su vakfı denilince akla sadece yukarıda sayılan su mimarisi eserleri değil bunlarla ilgili tüm görevliler ve işler de gelirdi. Su vakıflarında ve yapılarında çalışanlar ile yaptıkları işler ilerideki bölümlerde açıklanacaktır.

İslam’da insanlara su temin etmek veya su vermek büyük bir hayır işi olarak görülüyordu. Buradan hareketle Türk toplumu “Sadakanın en faziletlisi su teminidir.” düşüncesini benimsemiş, gönüllü olarak kırsal alanlardaki veya

¹ Samettin Başol, Kentleşme, Ekonomi ve Sosyal Hayat Yönleriyle 17. Yüzyıl Bursa Vakıfları, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı Doktora Tezi, Ankara 2008, s. 187-188.

² Su vakıfları hakkında örnek çalışmalar için bk. Hasan Güneri, “Vakıf Suları ve Su Vakıfları”, *Vakıflar Dergisi*, S. IX, Ankara 1971, s. 67-79; Cafer Çiftçi, “Osmanlı Dönemi Bursa Su Yollarının Bakımı ve Onarımında Vakıfların Rolü”, *U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl, 3, Sayı 3, 2000, s. 57-74. Çiftçi, 16 ve 18. Yüzyıl Vakıf Muhasebe Defterlerine dayanarak Bursa’da su yollarının bakım ve onarımı için 50 adet vakıf kurulduğunu bildirir. a.g.m, s. 72; Ali İhsan Karataş, “Bursa Suları ve Su Vakıfları”, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, c. 17, S. 2, 2008, s. 379-417; Yusuf Sağır, “Osmanlı Su Vakıfları”, *Tarihin Peşinde -Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı 15, 2016, s. 445-4473.

şehirlerdeki yerleri su hayır kurumlarıyla donatmak için çaba sarf etmiştir.³ Örneğin fetihten sonra Bursa her tarafında kurulan çeşme ve hamamlarla tam bir su şehri konumuna yükselmişti. O dönemde Bursa'nın en önemli su kaynakları Gökdere ve Pınarbaşı sularıydı. Bursa'nın birçok mahallesi Gökdere'den su almaktaydı. Gökdere, şehrin su ihtiyacının önemli bir kısmını karşıladığı için Bursa'daki vakıfların çoğu gelirlerinden bir kısmını bu suyun evlerine veya mahallelerine aktığı kanalların tamirine ayırıyorlardı. Osmanlılar döneminde Bursa'nın sıcak ve soğuk su kaynaklarından yararlanılarak çok sayıda çeşme, su kanalı, değirmen ve hamam yaptırılmıştı. Şehrin temiz tutulması, belirtilen yapılar için gerekli olan suyun sağlanması ve alt yapının kurulması, vakıfların etkin beledi faaliyetleriyle gerçekleştirilmişti. Bursa sularının halkın ihtiyacına cevap verecek şekilde kullanılması, kurulan alt yapı ve bu tesislerin devamlı olarak bakım ve kontrolünün sağlanmasıyla mümkün olabilmiştir. Bu işin yürütülmesinde mahalle halkının veya bazı kişilerin kurduğu suyla ilgili vakıfların rolü büyüktü.⁴ XVII. yüzyılda Bursa'da çeşmelerle su yollarının tamir, bakım ve onarımı için 19 vakıf tesis edilmişti.⁵

Vakfiyelerdeki şartlara göre vâkıflardan bir kısmı evlerindeki bir kısmı da mahallelerindeki çeşme veya su yollarının bakım ve onarımına yönelik vakıflar kurmuşlardır. Yerleşim birimlerinde su mimarisine ait bazı büyük ölçekli su yapıları da vakıflar tarafından mali olarak desteklemiştir. Mahalle çeşmelerinin ortak giderleri genellikle mahalle avarız vakıflarınca karşılanmıştır. Temizlik açısından düşünüldüğünde cami tuvaletlerinin lağım, çeşme ve su yolları da vakıflar tarafından onarılmış, bakımı yapılmıştır. Vakıf kuran kişiler, mali durumlarıyla orantılı olarak bir veya birden fazla su tesisi ya da mahalle su şebekesinin bakımı için ödenek ayırmışlardır. Bayındırlık ve belediyecilik alanında öne çıkan suyla ilgili bir diğer vakıf türü ise mahalle veya yer belirtmeden bakım ve tamire ihtiyacı olan her türlü su tesisinin onarılmasına imkân veren vakıflardır. Bütün bunlar göz önüne alındığında ilgili dönemlerde şehirlere nasıl su temin edildiği ve bu suyun mahallelere, insanlara nasıl ulaştığı anlaşılmaktadır. Bu işlerde suyla ilgili vakıfların ve vakıf görevlilerinin katkısı büyük olmuştur. Özetle vakıflar, insanların temel ihtiyaçlarından biri olan suyun temini ile su şebekelerinin yapım ve onarımını üstlenerek ilgili dönemde en önemli kamu hizmetlerinden birini yürütmüştür.⁶

³ Mustafa Alkan, Adana'nın Bütüncül Tarihi Çerçevesinde Adana Sancağı Vakıflarının Analizi – TÜSOKTAR Veri Tabanına Dayalı Bir Araştırma- Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara 2004, s. 253.

⁴ Çiftçi, agm, 59, 61, 71.

⁵ Başol, agt, s. 187.

⁶ Başol, agt, s. 188-189.

Su yolları ve yapıların inşası, onarımı ve ihtiyaçları için kurulan vakıfların giderleri iki ana kalemden oluşuyordu. Bunlardan ilki bakım ve onarım için gerekli malzemelerin satın alınmasına yönelik masraflar, ikincisi ise; çeşmeci, su yolcusu gibi tamirat ve bakım yapacak memurların maaşlarının ödenmesi için yapılan masraflardı.⁷

Vakıflarda Suyla ilgili İş ve Yapılarda Çalışan Görevliler

Osmanlı toplumunda “suyun sürekli cârî olması” yani suyun kesintisiz ve düzenli olarak akıtılması, insanlara ulaştırılması düşüncesi esastı. Bu anlayış, su kurumlarının ve suyla ilgili hizmetlerin de sürekli olmasını gerekli kılmıştı. Osmanlı Devleti yukarıdaki telakki doğrultusunda hem suyla ilgili teşkilatlar kurmuş hem de su hizmetlerine yönelik çeşitli görevliler tayin etmişti. Bahsi geçen görevliler, genelde üç ana sınıftan olmak üzere belgelere yansımıştı. Bunlardan birincisi koruyan, gözeten, nezaret edenlerdi. İkincisi tamir, bakım ve onarım işleriyle uğraşan teknik sınıftı. Üçüncüsü ise su dağıtan, suyun dağıtımıyla uğraşan görevlilerdi. Aşağıdaki bölümde, vakıf su yapılarına ve su yollarına hizmet eden görevlilere yönelik bilgiler verilmiştir.

1. Kadı

Osmanlı Devleti’nde kadı, kaza denilen idari birimin mülki-idari amiriydi. Kazada her türlü idari, hukuki, adli, beledi işlerle denetim yetkisi onun elindeydi. Yerleşim birimlerinde su meselesinden, vakıflardan, vakıf suları ve yapılarından sorumlu olan görevlilerden biri de kadılardı.

Osmanlı Devleti’nde kadı hem bir hukuk adamı hem de kaza denilen idari bölgenin yöneticisi ve mülki amiri idi. Kadının, idaresindeki kazada pek çok görevi vardı. Günümüzde belediyeler tarafından görülen hizmetlerin birçoğu Osmanlı döneminde kadılarca yürütülmekteydi. Bir idare adamı ve amiri olarak görevli bulunduğu yönetim biriminin beledi işleri de kadının sorumluluğu altındaydı.⁸ Onun beledi işlerdeki görevlerinden birkaçı da beldenin su ve yol gibi alt yapıya ait ihtiyaçları ile ilgilenmek, su işlerini kontrol etmek, su vakıflarını, su teşkilatını ve bu alanlardaki hizmetlileri denetlemek ve gözetlemektir. Bu resmi işlerin yürütülmesinde kadılar merkezden gelen emirler doğrultusunda hareket eder ve yapılan hizmetleri denetleyici bir rol üstlenirdi.

Şehir için en zaruri ihtiyaçlardan biri olan su meselesinde gerekli yerlere su getirilmesi amacıyla teftiş yapılması, özellikle getirilecek suyun miktarı ve bu

⁷ Çiftçi, agm, s. 68.

⁸ Osmanlı kadısı hakkında geniş bilgi için bk. İlber Ortaylı, *Hukuk ve İdare Adamı Olarak Osmanlı Devleti’nde Kadı*, Kronik Kitap Yayınları, İstanbul 2016.

işin ne şekilde yapılacağı konularının araştırılıp tespit edilmesinde kadınlar, kentteki mimarbaşıyla iş birliği içinde hareket ederlerdi.⁹

İhtiyaç duyulan yerlere su götürülmesi, mevcut su yollarının tamiri ve bakımı, bu işlerin görülmesinde kullanılacak kereste ve sair malzemeye, ustaların temini ve ulaştırılması konularında da kadınlar muhatap alınıyordu. Sel sebebiyle tahrip olan su yolunun tamiri için yetki bölgelerindeki dülger ve marangozların araç gereçleriyle birlikte gönderilmesi, Edirne, Üsküp, Siroz, Selanik, Gelibolu ve Ferecik kadılarına gönderilen H. 972 tarihli emirle istenmişti. Kadınların bu konudaki görevleri sadece suyun teminini sağlamakla sınırlı olmayıp bu işin düzenli, sürekli ve sağlıklı biçimde yürütülmesi ve suya verilecek zararların önlenmesini de kapsamaktaydı. İstanbul'da Eyüp kadısına gönderilen bir emir de bu konuya ilgiliydi. Emirde Kırkçeşme ve Kağıthane suyu ile su yolları yakınına inşa edilen binaların, bağ ve bahçelerin, su yollarına zarar verdiği bildirilerek suyun belli bir mesafeye kadar koruma altına alındığı, bu bölümde ev vs. yaptırılmaması, ziraata izin verilmemesi, aksi davranışlara teşebbüs edenlerin de menedilmesine yer verilmişti. Ayrıca başka yerlerde kullanılmak amacıyla su çalınmasına fırsat vermemek ve bu türden olaylara engel olmak da kadının göreviydi.¹⁰ Ayrıca bir beldeden İstanbul'a, Divan'a suyla ilgili herhangi bir şikâyet ulaştığında konunun gerçek olup olmadığını araştırmak, bilgi edinmek ve ayrıntılarıyla yetkili mercilere sunmak da kadınların görevleri arasındaydı.¹¹

⁹ Mukadder Kayakaçan, Osmanlı Devleti'nde Kadınların İdari Görevleri, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Hukuku Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 1998, s. 136.

¹⁰ Kayakaçan, a.g.t, s. 137.

¹¹ Bu konuda örnek bir durum olarak İstanbul halkının Su Yolu Nazırı Davut Ağa'dan şikayetine dair kadının durumu araştırması hakkında bk. *İstanbul Kadısı'na ve Südde-i Saâdet'imde Şikk-ı Sâni defterdârı olan Hasan'a ve Dergâh-ı Muallâm Çavuşlarından Sinân Çavuş'a hüküm ki... Yerlü yerinden teftiş olunmak lâzımdır ve hâlen Anadolu Kazaskeri'nin Zeyrek Câmi'i kurbunda olan çeşmeden su alıp bir çeşme binâ etmiştir deyü bildirdikleri ecilden bu hususlar görülüp sıhhati ma'lum olması lâzım olmağın buyurdum ki varıcak teahhur etmeyüp evvelen zikrolunan su yoluna ta'yin olunan köylerin üzerine varıp reayâsın cem'edip ahvallerin teftiş edip göresin. Hizmet-i mezbûre için muâfiyet ile ta'yin olunan köylerin her biri ne asıl köylerdir bi'l-fîl mevcûd olan adamları ne kadardır ruk'ada mastûr olduğı üzere fi'l-vâki' iki köy kifâyet eder mi ve bu cümle köylerin Bad-ı Havâsî ne mikdâr nesne olur tahsîl-i ahvâllerine temâm vukuf tahsil edip dahî sıhhat üzere yazıp bildiresin. Ba'dehu İstanbul içinde ruk'ada mukayyed olan çeşmelerin üzerine varıp onat veçhile ahvâllerin teftiş edip her biri evleri içine aldıkları suyu emr-i şerîf'le mi almışlardır yoksa taşrada su bulup dahi ol asıl mîrî suya katıp evleri yanına geldikde almışlar mıdır veyâhud evleri yanlarında çeşme olmağla fuzûlî alıp evlerine icrâ etdirmişlerdir. Elllerinde temessükleri var mıdır ve ne zamandan beru olmuşdur ve kadimden câri olan mîrî suya noksan olmuş mudur nicedir ve'l-hâsil cümle ahvâllerin mâ'lum edinip dahi ruk'ası üzere sıhhati ile yazıp bildiresin..." Ahmet Refik [Altınay], *On Altıncı Asırda İstanbul Hayatı (1553-1591)*, İstanbul 1935, s. 25.*

2. Mimarbaşı

Şehrin imar işlerinde ve imar düzeninin denetiminde kadının baş yardımcısı mimarbaşıydı. Su yollarına, kale duvarlarına ve yollara bina yapılmaması, sundurma ve balkonların sokağa sarkmasına izin verilmemesi, gayrimüslim mahallelerde evlere hamam yapılmaması, mezarlık ve Pazar yerlerinin taşınması gibi mimari ve teknik faaliyetler, kadının iznine ve mimarbaşı tarafından yapılacak işlemlere bağlıydı.¹²

Su konusunda kadılara gönderilen emirlerin çoğu aynı zamanda mimarbaşıya da yollanırdı. Mimarbaşı ve kadının bildirilen işi birlikte yürütmesi, teftiş etmesi ya da yerine getirmesi istenirdi. Örneğin kaynağından çıkan bir suyun miktarının ölçülüp padişaha bildirilmesi görevi hem kadıya hem de işin teknik boyutunu bilen mimarbaşıya yüklenmişti.¹³

3. Şhremini

Osmanlı devlet teşkilatında bir saray memuru olan bu görevli hanedan ve hükümete ait sarayların, binaların inşaat, tamirat ve onarım işlerine nezaret ederdi. Ayrıca saraya ve kamuya ait binaların inşa ve onarım işleri için gerekli malzemeyi sağlar, işçi ücretlerini öder, saraylarda ve inşaatlarda çalışanların ücretleriyle ilgili hesapları tutardı.¹⁴ Şhremini ile birlikte mimarbaşı, su nazırı, İstanbul ağası ve benzer işlerdeki diğer memurlar, tamirat ambar takımı denilen görevliler zümresini oluştururdu.¹⁵ Şhremini ile başmimarın görevleri birbirine yakın olsa da aralarında bir takım farklar vardı. İşin keşif, yapım ve onarım, plan ve projelerin hazırlanması gibi teknik yönlerinden başmimar sorumluyken şhremini kamu binalarının onarım ve inşası için gerekli malzemeleri temin ediyor ve işçi ücretlerinin ödenmesini sağlıyordu.¹⁶

İstanbul'daki bir su meselesi, su yapısı aynı zamanda hanedanla, sarayla veya hükümetle ilgili ise bu yöndeki emirler kadı ve mimarbaşıya, aynı zamanda şhreminine de giderdi. Şhremini su yapılarının tamiri için gerekli malzemeyi temin ve tedarik eder, iş ve işçilik ücretlerini öderdi.

Mühimme defterlerinde su meselesiyle ilişkili olarak doğrudan şhreminine ya da diğer görevlilerle birlikte kendisine gönderilen emirler mevcuttur. Bu

¹² Ortaylı, *age*, s. 58; Mimarbaşı hakkında geniş bilgi için bk. Şerafettin Turan, "Osmanlı Teşkilatında Hassa Mimarları", *TAD*, I/1, 1963, s. 157-203.

¹³ Altınay, *age*, s. 15-16.

¹⁴ Ali Akyıldız, "Şhremini", *TDV. İslam Ansiklopedisi*, c. 38, İstanbul 2010, s. 459; Bahaeddin Yediyıldız, "Klasik Dönem Osmanlı Toplum Yapısına Genel Bir Bakış", *Türkler*, c. 10, (Ed. Hasan Celal Güzel, Kemal Çiçek, Salim Koca), Yeni Türkiye Yayınları, Ankara 2002, s. 193;

¹⁵ Akyıldız, a.g.mad. s. 460.

¹⁶ Akyıldız, a.g.mad. s. 460.

yönde şehreminine verilen emirlerden birinde padişah, Edirne Kapısı yakınındaki Gümrükhane çarşısına getirilip akıtılan çeşmenin -hünkar tarafından kurulan diğer çeşmelerde olduğu gibi- tamir ve benzer masraflarının Hassa-i Harc tarafından ödenmesini şehreminine buyurmuştu.¹⁷ 1576 yılında su yolu nazırının, Resniye Köprüsü yakınlarındaki mîrî çeşme su yolunun onarımı için 8000 akçe ile 571 adet yeni künk gerektiğini arz etmesi üzerine gönderilen bir emirde belirtilen harcı şehremininin tedarik etmesi istenmişti.¹⁸

4. Su Yolu Nazırı (Su Yolcu Nazırı, Su Nazırı)

Osmanlı Devleti'nde on altıncı yüzyılın ortalarından itibaren su yollarına yapılan büyük yatırımlar, özellikle Kırkçeşme tesislerinin yapılmasından sonra su işlerinin artması, bu alanda büyük çaplı bir kurumsallaşmayı da beraberinde getirmiştir. Su Yolu Nazırlığı'nın kurulmasından önce su yolcuların bağlı olduğu küçük bir su yolcubaşı veya su yolcu ağalığı vardı. Diğer inşaat esnafı su yolcular da şehremini ve mimarbaşı nezaretinde çalışırlardı. Ancak şehirlerde imar hareketlerinin artması ve su faaliyetlerindeki büyüme, su yolcusu esnafının yönetim ve idaresindeki yetersizliği ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle Padişah Kanuni Sultan Süleyman'ın son döneminde 1566 yılında Su Yolu Nazırlığı kurulmuştur. Bu teşkilatın kurulmasından sonra su yolcusu esnafı, Su Yolu Nazırlığına bağlı olarak görevlerini ifa ettiler. Ayrıca, Nazırlığın kurulmasından sonra imparatorluktaki su işleri, İstanbul'da bulunan Su Yolu Nazırları tarafından tek elden yürütülmüştür.¹⁹

Su Yolu Nazırlığı devlet katında önemli bir görev sayılırdı. Bu yüzden de nazırlar, sarayda önemli memuriyetler arasından seçilirdi. İş başına getirilen su yolu nazırları zaman zaman saraydaki Müteferrikalar cemaati, Dergâh-ı Mualla çavuşları, Divan çavuşları veya padişahın musahipleri gibi yüksek dereceli görevliler içinden seçilerek atanırdı.²⁰

Su Yolu Nazırlığı mimarbaşılık makamına giden yolda önemli bir mevkiydi. Mimar Davud Ağa, Mimar Dalgıç Ahmed Ağa, Mimar Sedefkar Mehmed Ağa gibi mimarlar her zaman Su Yolu Nazırlığı'ndan mimarbaşılığa terfi ettiler.²¹ Su Yolu Nazırlığı, 1836 yılında Evkaf Nezareti'ne bağlanana kadar su işlerinden sorumlu en yüksek merci idi.

¹⁷ “Şehreminine Hüküm ki, Edirne Kapısı kurbindeki Gümrükhane çarşısında haliya getirülen çeşmenin meremmati ve sayir harc-ı lazımı ...”. Altınay, age, s. 15.

¹⁸ Abdullah Martal, XVI. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nda Su Yolculuk, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir 1987, s. 13.

¹⁹ Martal, agt, s. 45, 46, 47.

²⁰ Martal, agt, s. 49.

²¹ Martal, agt, s. 49.

Su yolu nazırları, suyun kaynağından çeşmelerden akışına kadar tüm faaliyetlerden sorumlu ve yetkili kişilerdi.

Su yolcularla birlikte su yollarının denetlenmesi, su yollarının bakım ve onarımının sağlanması, su yollarının korunması, bunun için gerekli düzenlemelerin yapılması, suların düzenli akışının sağlanması, su miktarının ölçülmesi, suyun adil dağılımının sağlanması, suyun boşa akmasının ve ziyan olmasının önlenmesi için tedbir alınması, çeşmelere burgulu lüleler taktırmak, su işlerinin giderlerini hesaplamak, su yolcularını denetlemek, boş kadrolara su yolcusu tayin etmek, su yolcularının haklarını korumak gibi işler onların sorumluluk ve görevleri arasındaydı.²²

Şehirlerde sularla ilgili işlerde çalışan bütün memurların bu şahsın idaresi ve denetimi altında görev yaptığı yukarıda belirtildi. Divan-ı Hümayun'da su yolları ve yapılarıyla ilişkili emirlerin gönderildiği görevliler arasında su yolu nazırı da bulunuyordu.²³ Suya, su yollarına ve su yapılarına ilişkin Divan-ı Hümayun'dan çıkan kararlar veya Padişah'tan sadır olan emirler su yolu nazırının elinde muhafaza edilirdi.²⁴ Su yolu nazırı, zaman zaman su işleri için Divan'a çıkabilir ya da çağrılabilir, suyla ilgili meseleleri Divan heyetine arz edebilirdi.²⁵

Su yolu nazırı görevlisi, birçok vakıf su tesisi kurmuş, su ile ilgili geniş vakıflar ihdas etmiş kişilerin vakıf personeli arasında da görülürdü. Örneğin Bursa'da Uludağ'dan su getirtmiş ve gelen bu su ile şehirde değişik mahallerde elli civarında çeşme inşa ettiren Karaçelebizade Abdülaziz Efendi'nin vakfiyesinde su yapıları dahil tüm vakıf tesislerinin onarımına bakacak bir meremmetçi, su yollarının tamiriyle uğraşacak bir su yolcu ve vakfın bütün su yollarına nezaret etmek üzere üç kişi de su yolu nazırı olarak görevlendirilmişti. Vakfiye şartlarına göre su yolu nazırları bu görevleri karşılığında 17. yüzyılda günlük bir akçe yevmiye alacaklardı.²⁶

²² Martal, agt, s. 49-50, 59.

²³ İstanbul su yolları ve meselelerine ilişkin birçok hüküm İstanbul kadısı ile birlikte Su Yolu Nazırı'na da gönderilmişti. Bu yöndeki hükümlerin birçoğu "*İstanbul kadısına ve Su Yolu Nazırı'na hüküm ki ...*" diye başlıyordu. Altınay'ın eserinde yer verdiği ilgili hüküm örnekleri için bk. Altınay, *age*, s. 17-19, 27.

²⁴ Altınay'ın kaydettiği bir belgede, Haslar Kadısı'na bir hüküm gönderilmiş, kadının belirtilen işleri yapması istendikten sonra "*... ve ba'den-nazar bu hükm-i hümayunumu su yolu nazırı yedinde ibka idesin.*" denilerek hükmün su yolu nazırı elinde bulundurulması belirtilmişti. Altınay, *age*, s. 17.

²⁵ Suyla ilgili hükümler, eğer Su Yolu Nazırı Divan-ı Hümayun'da hazır ise kendisine elden verilirdi. Böyle yapıldığını gösteren hüküm örnekleri için bk. Altınay, *age*, s. 17, 19, 20, 28.

²⁶ Bursa Şer'iyye Sicillerinde Müftü Abdülaziz Efendi'ye ait dört vakfiye kayıtlıdır. Bu vakfiyelerden 15 Nisan 1656 tarihli vakfiyede su görevlileriyle ilgili şartlarda; üç kol olarak Bursa'ya getirttiği su yollarını kontrol eden su yolcuya günlük altı akçe, yaptırdığı çeşmeleri,

5. Su Yolcu Başı (Su Yolcu Ağası)

Önceki bölümde zikredildiği üzere su yolculuk teşkilatının idaresi olan Su Yolu Nazırlığı 1566 yılında kurulmuştu. Nazırlar bu tarihten sonra teşkilatın başında görevlerini icra etmişlerdi. Su Yolcu Nazırlığı kurulmadan önce su yolcuların bağlı olduğu küçük çapta bir *su yolcu başılığı* veya *su yolcu ağalığı* makamları bulunuyordu.²⁷ İşte su yolcu başı, nazırlık idaresinin tesisinden önce aynı zamanda su yollarının ve çeşmelerin bakım, onarım işini yapan su yolcuların başı ve amiri idi. Bahsi geçen görevliye su yolcu ağası da denirdi.²⁸ Kendisi şehremininin emri altında çalışırdı. Onun da görevi, su yolcularla ilgilenmek, suların muntazam bir şekilde akmasını temin etmektir. Enderun Hazinesi'nden parası verilerek yaptırılan çeşmelere de bakar, ihtiyacı olanları tamir ettirerek düzenli bir biçimde akmasını sağlardı.²⁹

6. Su Yolcu (Râh-ı Âbî)

Osmanlı toplumunda su işleri ile uğraşan kişilere genel olarak *su yolcu*, bu esnafların oluşturduğu mesleğe ise *su yolculuk* denirdi. Su işleri denildiğinde, şehirlerde suyun kaynağından düzenli akışına kadar yürütülen tüm süreçler ve çalışmalar anlaşılmaktadır.³⁰ Genel olarak açıklamak gerekirse su yolcular, su yollarının yapım, bakım ve onarım işlerinde çalışan, suyu ve su yollarını koruyan, suların yerleşim birimlerine düzenli bir şekilde dağıtımını ve muhtelif yerlerdeki çeşmelerden akışını sağlamakla sorumlu görevlilerdi.³¹ Osmanlı dönemi belgelerinde bu görevliler için “*Hüddam-ı Rah-ı Abi* ya da “*Rah-ı Abi* terimleri de kullanılırdı. Su yolu hizmetçileri veya su yoluna hizmet edenler anlamına gelen bu terimler su yolculuğun 1566'da kurumlaşmasından sonra pek kullanılmamıştır.³²

Su yolcularının mesleklerinde yetkin ve yeterli olmaları önemliydi. Çünkü su

şadırvanları, maksimleri, terazileri tamir eden meremmetçiye günlük iki akçe verileceği kayıtlıdır. Ayrıca vâkıfın üç kol olarak şehre ulaştırdığı sulara, suların geçtiği mahallelerdeki imamlar nazır olacak, çeşmeler ile su yollarında gördükleri zarar ve ziyana müteveliye bildirecekler, bu görevleri karşılığında günlük birer akçe alacaklardı. Müftü Abdülaziz Efendi bin Karaçelebizade Hüsameddin Vakfiyesi, *Bursa Şeriye Sicilleri*, B 119, s. 65; B 130, s. 18-19.

²⁷ Martal, agt, s. 45.

²⁸ Martal, Cengiz Orhonlu'dan aktardığı bilgiler doğrultusunda 1566'da Su Yolu Nazırlığı kurulmadan önce, su yolcu sayısının ikiden fazla olduğu yerlerde kendilerini denetleyecek bir su yolcular ağası bulunduğunu bildirir. Agt, s. 25.

²⁹ Pakalın, *Sözlük*, c. III, s. 286.

³⁰ Martal, agt, s. 20.

³¹ Martal, agt, s. 21; Pakalın, *Sözlük*, c. III, s. 286; Selda Kılıç, “Su Yolları ve Su Yolcu Esnafına Dair Bazı Tespitler”, *Tarih Araştırmaları Dergisi*, Yıl 2004, c. 23, S. 36, s. 178.

³² Martal, agt, gösterilen yer.

yollarını kazmak, boruları yerleştirmek, birbirine yapıştırmak, bozulanları onarmak ve benzeri işler belli bir maharet, tecrübe ve ustalık gerektiriyordu. Bu nedenle atanacak kişilerin belirtilen görevleri yapabilecek yeterlilikte olması istenmiştir.³³ Boşalan su yolcu kadrolarına, su yolu nazırı marifetiyle işini iyi bilen, hizmete yarar kişiler tayin edilirdi.³⁴

Su yolculuk, Osmanlı Devleti içinde zamanla gelişti ve kurumsallaştı.³⁵ Osmanlılarda ayrı bir meslek dalı olarak gelişme gösteren su yolculuk, su yolu nazırlığı bünyesinde kurumlaştıktan sonra daha düzenli bir hale geldi. Belli bir ücret karşılığı çalışan ve hassa su yolcusu adı verilen saray su yolcuları, doğrudan su yolu nazırına bağlıydılar. Görevleri, saray su yollarının bakımını, onarımını yapmak ve korunmasını sağlamaktı. Saray su yolcuları eski boruları yeniler, sarnıçların temiz kalmasını sağlar, çeşme, şadırvan, hamam vb. yerlere verilecek su miktarını ölçerlerdi. Ayrıca yapım veya onarımı gerçekleştirilecek bir su tesisinin masrafını tahminen belirleyen keşif heyetinin içinde yer alırlardı. Su yolcuların önemli görevlerinden birisi de su yollarına zarar verebilecek faaliyetleri önlemektir.³⁶

Şehrin genel su yollarına bakan, saraya, devlete bağlı olan su yolculardan başka suyla ilişkili vakıfların kadrolarında da hizmet eden su yolcular bulunurdu. Bunlar vakıf mütevellilerine bağlı olarak görev yaparlardı³⁷, maaşlarını da bağlı buldukları vakıftan alırlardı.³⁸ Bu durumda onlar yalnız görevli oldukları vakfın su yolları ve su yapılarının bakım-onarım hizmetini yürütürlerdi. XVII. yüzyılda Bursa'da Müftü Abdülaziz Efendi'nin vakıf su yolu ve çeşmelerinin bakım-onarımı için görevlendirilen bir su yolcu, vakıftan günlük 6 akçe alıyordu. XVIII. yüzyılın ortalarında Sultan II. Bayezid'in annesi Gülbahar Hatun Vakfı'nda su yolcu olarak hizmet veren bir başka görevli ise günlük 7 akçe almaktaydı.³⁹ Enderun Hazinesi Kethüdası ve Bâbüssaâde Ağası Osman Ağa Evkafı'na ait farklı dönemlerde kaleme alınmış vakfiyeler incelendiğinde ise İpsala bölgesinde hizmet veren çeşmelerin su yollarını tamir etmekle görevli personele 998/1589-90 tarihli belgeye göre günlük 3 akçe, 1073/1662 tarihli

³³ Karataş, agm, s. 393.

³⁴ Martal, agt, s. 26.

³⁵ Martal, agt, s. 2.

³⁶ Martal, agt, s. 34, 35.

³⁷ Martal, agt, s. 34.

³⁸ Çiftçi, agm, s. 68, 70.

³⁹ Kübra Dursun, II. Bayezid'in Annesi Gülbahar Hatun'un Hayatı ve Vakıfları, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı Doktora Tezi, Tokat 2020, s. 137.

vesikaya göre ise yevmi 2 akçe ödenmekteydi.⁴⁰

Osmanlı Devleti'nde sarayın, ordunun, vakıf yapıların, Haremeyn ile diğer şehirlerin ve halkın su ihtiyacını karşılamak önemli işlerden sayılırdı. Bundan dolayı devlet, geniş ve düzenli bir su yolculuk teşkilatına, teşkilat içinde de çok sayıda Hassa ve vakıf su yolcuya ihtiyaç duyardı. Buradan hareketle Osmanlı Devleti'nde su yolculuk mesleğinin geniş bir istihdam sahası olduğu söylenebilir.

7. Su Yolcu Çırağı (Şakird-i Râh-ı Âbî)

Şakird-i râh-ı âbî, büyük vakıflarda veya su yolu ağı, çeşmesi çok olan vakıflarda, külliyelerde, vakfa bağlı su yollarının tamir ve bakımıyla ilgilenen su yolculara yardımcı olan çıraktı. Suyla ilgili işlerin yoğun olduğu vakıflarda, su yolcu görevlisinin yanında bir ya da birkaç tane çırağın çalışması istenir, bunların maaşları için de vakıf gelirlerinden tahsisat ayrılırdı. Mihrişah Valide Sultan'ın bir vakfiyesinde, imaretin, sebilin ve çeşmelerin su yollarının tamir ve termimini gerçekleştirecek, suların düzenli akışını gözetecek su yolcunun yanında bir de şakird-i râh-ı âbîye yer verilmişti. O da yaptığı iş ve hizmet karşılığında vakıftan belirli bir maaş alacaktı.⁴¹ 1023/1614 tarihli Hoca Sâdeddin Efendi Vakfı'na ait vakfiye incelendiğinde ise su yolcu çırağının yaptığı hizmet karşılığında günlük 1 dirhem ücret alacağı belirtilmişti.⁴²

8. Meremmetçi (Meremmetî)

*Meremmetçiler*⁴³ genel anlamıyla devlete ait saray ve binaların tamir işlerini yapan, vakıf olarak halkın hizmetine sunulmuş yapıların tamir, bakım ve onarımıyla meşgul olan kişilerdi.⁴⁴ Bunlar aslında inşaat esnafı içinde bir meslek koluydu. Bazı vakıflarda vakfın tüm kurumlarını gerektiğinde tamir etmek ve ayakta tutmak üzere meremmetçi tayin edilirdi. Bir kısım büyük vakıflarda ise bu görevlinin vazifesi daha da özel olarak belirtilir ve vakfiyede açıkça yazılırdı. Bu

⁴⁰ Meral Bayrak Ferlibaş, *Enderun Hazinesi Kethüdası ve Bâbüssaâde Ağası Osman Ağa'nın Evkafı*, Yeditepe Yayınevi, İstanbul 2021, s. 41-91.

⁴¹ "... ve bir kimesne dahi şakird-i rah-ı abi olub ol dahi hizmeti mukabelesinde yevmi beş akçe vazife ile yevmi bir çift fodula ve bir mükemmel taam mutasarrıf ola ...". Mihrişah Valide Sultan Vakfiyesi, VGM. Vakıf Kayıtları Arşivi, *Defter Nu. 636*, s. 56-57. Vakfiye Tarihi 21 Zilhicce 1209/9 Temmuz 1795.

⁴² Hoca Sâdeddin Efendi Vakfiyesi, VGM. Vakıf Kayıtları Arşivi, *Defter Nu. 633*, s. 202. Vakfiye Tarihi Gurre-i Receb 1023/7 Ağustos 1614.

⁴³ Meremmet, ıslâh ve tamir etmek anlamına gelmektedir. Ali Himmet Berki, *Vakfa Dair Yazılan Eserlerle Vakfiye ve Benzeri Vesikalarda Geçen İstilah ve Tabirler*, Doğuş Matbaacılık, Ankara 1966, s. 37.

⁴⁴ Fehmi Yılmaz, *Osmanlı Tarih Sözlüğü*, Gökkuşbu Yayınları, İstanbul 2010, s. 422; Pakalın, *Sözlük*, c. II, s. 481.

durumda meremmetçinin sadece vakfın çeşme, şadırvan ve su yollarına bakması, gerektiğinde bakım ve onarımını yapması istenirdi. Bursa'ya ait bir su vakfının görevlileri arasında hem su yolcu hem de meremmetçi yer almıştı. İkisinin de sorumlu olduğu işler ayrı ayrı yazılmıştı. Vakfıyeye göre su yolcular, vâkıfın Uludağ'dan Bursa'ya getirttiği suyun su yolları ile ilgilenecekler, meremmetçiler ise vâkıfın yaptırdığı çeşme vb. vakıf su yapıların ıslah, bakım ve onarım işiyle uğraşacaklardı.⁴⁵

Büyük ölçekli vakıf külliyelerde bakım ve onarım işiyle ilgilenen kadrolu elemanlar arasında meremmetçiler de bulunurdu. Fatih Külliyesi'nde on bir râh-ı âbî'den yani su yolcudan başka on sekiz kişi de meremmetçilik görevini yürütmekteydi.⁴⁶ Bursa'da Vakıfların Sosyo-Ekonomik İşlevleri adlı yayında vakıf görevlileri arasında su yolcu ve çeşmeciden başka ayrıca meremmetçi de yer almaktaydı. XVI. yüzyılda bu görevliler vakıflardan günlük iki akçe ücret alıyorlardı.⁴⁷ Şehzâde Mehmed Vakfı'nda ise görevli iki meremmetçiden her biri günlük 5 akçe almaktaydı⁴⁸. Bu durum görevli ücretlerinde bölgelere ve vakfın büyüklüğüne, gelirine göre farklılıklar olabildiğini göstermektedir.

9. Çeşmeci

Su hizmetleriyle ilgili diğer bir görevli de *çeşmeciler*di. Çeşmeciler müstakil çeşme ustalarıydı. Bununla birlikte genellikle su yolcular çeşmelerin de bakım ve onarımını yaparlardı. Çeşmecilerin işinin ehli ve liyakat sahibi olmalarına özen gösterilirdi.⁴⁹ Su yollarının bakımı ve onarımı için oluşturulan vakıfların görevlileri arasında çeşmeciler de yer almaktaydı. 1775-1776 yılları Bursa muhasebe defterlerine göre değişik vakıflarda yetmiş yedi çeşmeci görev yapmaktaydı. Bu kişilerin maaşları vakıflar tarafından ödeniyordu.⁵⁰

Çeşmecilerin günlük yaptıkları iş ve görevler vardı. Bu rutin işler şöyle belirtiliyordu: Bir çeşmeci her gün kıldan yapılmış üç büyük talaş torbasını sırtına koyar, kalın asmadan yaptığı çemberi omzuna asar ve mahallelerin çeşmelerini kontrol ederdi. Omzunda taşıdığı asma dalı halkasını su künklerini temizlemek için kullanır, torbasındaki elenmiş talaşları çeşmelere döker, bununla künkleri temizler, suların tortu/kefeke bağlamasını engellerdi. Ne zaman bir eve gelse

⁴⁵ Müftü Abdülaziz Efendi Vakfıyesi, *Bursa Şeriye Sicilleri*, B 119, s. 65; B 130, s. 18-19.

⁴⁶ Salih Pay, "Klasik Dönem Osmanlı Külliyelerinde Personel Sistemi", *Türkler*, c. 10, (ed. Hasan Celal Güzel, Kemal Çiçek, Salim Koca), Yeni Türkiye Yayınları, Ankara 2002, s. 496, 509.

⁴⁷ Cafer Çiftçi, *Bursa'da Vakıfların Sosyo-Ekonomik İşlevleri*, Gaye Kitabevi, Bursa 2004, s. 141.

⁴⁸ Oğuzhan Kabakçı, Şehzâde Mehmed Evkafı ve Vakfıyesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2021, s. 60.

⁴⁹ Karataş, agm, s. 393.

⁵⁰ Çiftçi, *age*, s. 134, Tablo 2.15.

kapısını çalıp içerir girer ve çeşmeye talaş dökerdi.

Bir kişinin iyi bir çeşmeci olması ya baba mesleğini devam ettirerek ya da küçük yaşlardan itibaren bir çeşme ustasının yanında çırak olarak çalışarak mümkün olurdu. İyi yetişmiş bir çırak, mesleğinde yeterlilik gösterirse usta mertebesine yükselirdi. Çıraklık zamanı kolay değildi. Çırak Bursa'daki suların doğasını ve geçiş yollarını bilmek zorundaydı. Suların doğası; suların nereden ve nasıl geldiği, ne zaman artıp ne zaman azaldığı, sıcaklık ve soğukluk derecesinin hangi aylarda değiştiği, borularda ne kadar tortu bağladığı, yollarda kanalizasyonla bir irtibatının olup olmadığı, akış hızı ve dengesinin nasıl olduğu, ne kadar yükseltirse akabildiği ile ilgili konulardı.⁵¹

10. Sebilci (Sebilî)

Sebiller gelip geçenlerin parasız su içebileceği kubbeli, parmaklıklı ve tezyinli mimari su eserleriydi. Bunlara sebilhane de denirdi. Bu sebillerin Ayasofya'daki Sultanahmet Sebili gibi çeşmeli olanları da vardı.⁵² Çeşmeler, genellikle işlek caddelerde, bunlardan birinin cephesinde veya bir köşesinde türbe, imaret, okul veya caminin ayrılmaz bir parçası olarak yer alırdı.⁵³

Osmanlı toplumunda su yapılarının çoğu gibi sebiller de vakıf hayratı olarak kurulmuştu. Sebil yaptırıp halka su dağıtmak isteyen birçok vâkıf, bu iş ve hizmet için *sebilci* denilen görevliler tayin ederdi. Diğer bir deyişle sebilciler sebillerde halka bedava su dağıtmakla görevli kişilerdi.

Sebillerin ön cephesinde, parmaklıkların altında ve duvarın üstündeki boşluklarda saplarından uzun birer zincirle parmaklığa bağlanmış bakır veya pirinç taslar bulunurdu. Sebil binası içerisinde oturan sebilciler, ellerindeki uzun saplı su tevzî kaplarıyla veya büyükçe maşrapalarla söz konusu içme taslarını sürekli doldurur ve insanların içmesine hazır hale getirirlerdi.⁵⁴ Bazı sebillerin her bir kurnasına bakan sebilciler ayrı idi. Bunlara *sebilci-i evvel*, *sebilci-i sâni* gibi unvanlar verilirdi. Ayrıca sebillerin kapısını açıp kapayan görevliler de mevcuttu. Bu görevli *bevvâb-ı bâb-ı sebil* olarak bilinirdi. Bundan başka bazı sebillerde sebilin içinin ve çevresinin temizliğini sağlayan kişiler de çalışırdı. Temizlik işini yürüten bu görevlilere ise *ferraş-ı sebil* denirdi.⁵⁵

⁵¹ Çiftçi, agm, s. 70-71.

⁵² Pakalın, *Sözlük*, c. III, s. 135.

⁵³ Sedat Çetintaş, "Türklerde Su, Çeşme, Sebil", *Güzel Sanatlar*, S. 5, İstanbul 1944, s. 143.

⁵⁴ Pakalın, *Sözlük*, c. III, s. 135; Çetintaş, agm, s. 138.

⁵⁵ Padişah III. Selim'in annesi ve Sultan III. Mustafa'nın eşi olan Mihrişah Valide Sultan [d. 1745-ö. 1805], yaşadığı dönemde İstanbul'da Eyüp semtinde kendi adıyla anılan bir külliye, Bahçeköy'deki Arabacı Mandırası Deresi üzerinde *Valide Bendi*'ni, Yeniköy'de de *Mihrişah Valide Sultan Çeşmesi*'ni yaptırmıştı. Bunların yanında, İstanbul ve Haremeyn'de daha önce

Zaman zaman sebille ilgili olan sebilcilik, tas-keşlik, kapıcılık ve ferraşlık gibi görevler bir kimse üzerine yüklenir ancak her bir cihet/görev için ayrıca ücret verilirdi. Örnek olarak XVII. yüzyıl Mehmet Paşa Vakfı'na ait bilgiler incelendiğinde Saraybosna'da hizmet veren vakıf müessesesinde sebilcilik görevini ifâ eden personel ücret olarak günlük 6 akçe almaktaydı⁵⁶.

11. Tas-keş (Tas-dâr, Hafız-ı Tas, Hafız-ı Tashâ-yı Çeşme, Mustahfiz-ı Tas)

Tas-keşler, vakıf çeşme veya sebillerde asılı bulunan su taslarını muhafaza etmekle görevli kimselerdi. Eskiden çeşme veya sebillerin çoğunda insanların su içmesi için çeşmeye uzun bir zincirle asılı, çoğunlukla bakırdan yapılmış, kalaylanmış su tasları bulunurdu.⁵⁷ Bunların bazıları da pirinçten olurdu. İşte tas-keşler, çeşme veya sebillerdeki bahsedilen içme taslarıyla ilgilenirlerdi. Sebillerde gelip geçenlerin su içmesi için dizilen bu su kaplarına, tasta başka, maşrapa ya da sebilhane bardağı da denirdi.⁵⁸ Bir vakıf su yapısına tas-keş tayin edildiğinde yapacağı iş ve görevler vakfiyeye yazılırdı. Vakfiyelerdeki bilgiler ışığında tas-keşlerin; su taslarını gece olunca alıp kaldırmak, muhafaza etmek, gündüzleri ise yine yerine koymak, zincire asmak, gündüzleri tasları gözetmek, her akşam tasları temizlemek, lüzum oldukça bakır tasları kalaylatmak, tasların bağlı olduğu zincirleri kontrol etmek gibi görevleri vardı. Mihrişah Valide Sultan'ın bir vakfında görevli tas-keşler, görevleri karşılığında günlük 5 akçe ücret alıyorlardı.⁵⁹ Yine sebilcilerde olduğu gibi bir sebilde birden çok tas-keş

yaptırılan su yolları ve bentlerin bakım ve onarımlarının yapılması için kurduğu vakıftan gelirler ayırmış, görevliler tayin etmişti. Mihrişah Valide Sultan'ın 1795 tarihli vakfiyesinde kurdurduğu sebil ile ilgili görevliler de yer almıştır. Bunlardan bir kaç sebilci-i evvel, sebilci-i sani ve bevval-ı bab-ı sebil ile ferraş-ı sebil idi ve belgede şöyle geçmekteydi: "... sebil-i latiflerinde bir kimesne sebilci-i evvel ve hafız-ı tas-ı çeşme-i cenah-ı yemin-i sebil ve bevval-ı bab-ı sebil olub ba'de eda il-hizme yevmi yigirmi akçe sebilcilik ve beş akçe hafız-ı tas ve yevmi beş akçe bevvallık ki cihat-ı mezkurenin mecmu'u sebilci olana meşrut olmak üzere cem'an yevmi otuz akçe vazife ile ...". "... bir kimesne dahi yine sebil-i merkumda sebilci-i sani ve hafız-ı tas-ı çeşme-i cenah-ı yesar-ı sebil ve ferraş-ı sebil olub cihat-ı mezkurenin mecmu'u sebilci-i saniye meşruta olmak üzere yevmi otuz akçe vazife ile ...". Mihrişah Valide Sultan Vakfiyesi, VGM. Vakıf Kayıtları Arşivi, *Defter Nu. 636*, s. 56-57. Vakfiye Tarihi 21 Zilhicce 1209/9 Temmuz 1795.

⁵⁶ Ahmet Özensoy, Sancak Bölgesi Osmanlı Vakıfları (15. Yüzyıl ile 20. Yüzyıl Arası), Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale 2016, s. 102.

⁵⁷ Pakalın, *Sözlük*, c. III, s. 135; sebillerde kullanılan içme taslarını gösteren çizimler için bk. Çetintaş, agm, s. 139.

⁵⁸ Pakalın, *Sözlük*, c. III, s. 136.

⁵⁹ Mihrişah Valide Sultan'ın 1800 tarihli vakfiyesinde tas-keşlerin görevleri şu şekilde belirtilmişti: "... çeşme-yi mezkurun önünde olan tasını bir kimesne gicelerde ahz u ref' ve hıfz ve gündüzlerde

çalışabilirdi. Bu durumda tas-keşlere sırası ve vazifesine göre sebinin hangi çeşmesinde –sağ ya da sol yandaki çeşmede– görevli oldukları belirtilirdi. Yukarıdaki bölümde de zikredildiği gibi bazen sebilcilik ve tas-keşlik vazifeleri tek bir kişinin üzerinde olabilirdi.⁶⁰

12. Mîrâb (Mîr-i Âb)

İslam medeniyetinde su yapılarının gelişmesiyle birlikte suyun bölüşümü ve kullanımına dair hukuk da gelişme göstermişti. Künklerle veya kemerlerle yerleşim birimlerine ulaşan suyun bölüştürülmesi önemli bir meseleydi. Osmanlı su mimarisinde şehir dışından getirilen suyun yerleşim yerlerine, mahallelere düzgün bölüştürülmesini ve ölçülü dağıtılmasını sağlayan çeşitli tesisler mevcuttu. Bu tür kurumların başında savak, maksem, havuz gibi yapılar gelirdi. İster içme suyu olsun ister tarla, bağ ve bahçelerin sulama suyu olsun su bölüştürmek, ölçümlü, teknik ve aynı zamanda hukuki bir işti. Bu işi yapabilmek için su hukukunu ve su bölüşüm tekniklerini iyi bilmek gerekirdi. İşte bir yöredeki su ve su işlerinin idaresine bakan, akarsuyun herkesin arazisine düzenli şekilde dağıtılmasını ve sırayla akıtılmasını denetleyen kimseye *mîr-i âb* (*mîrâb*) veya *su ağası* denirdi.⁶¹

Eskiden beri su bölüştürme işini yapan kurum mîrâblık olarak bilinirdi. Mîrâblık kurumunun kökenleri Sasani Devleti'ne kadar uzanmaktaydı. Mîrâblık, Sasani yönetimi tarafından kurulmuş, sonra da Horasan ve Maverâünnehir'de kurulan devletler tarafından işlevsel bir kurum olarak kullanılmıştı. Mîrâb makamı Moğollar öncesinde Horasan'ın Merv sahasında saygı duyulan ve geniş yetkileri olan bir makamdı. Arap coğrafyacılar göre mîrâblar sulama işi yapan on bin kişiyi denetliyorlardı. Büyük Selçuklularda bu sayı on iki bin idi. 17. yüzyılda mîrâbların görev alanı çeşitlenmişti. Tarladaki mahsulün tahmin edilmesi, kanalların onarımı, yer altı sularının durumu da görev alanlarına girmişti. İslam devletlerinde erken dönemlerden itibaren suyun biriktirilmesi, dağıtılması, kanal yapımı ve kullanımına ilişkin bir hukuk oluşturulmuştu.⁶²

yine mahallerine vaz' ve ta'lik ve nezaret idüb hizmeti mukabelesinde vakf-ı şerifleri gallasından yevmi beş akçe vazifeye mutasarrıf ola ...". "... ve maruzzikr dört adet çeşmelerin her birinin tasını müstehakkından birer kimesne gicelerde ref' u hıfz ve gündüzlerde yine mahallerine vaz' u ta'lik ve nezaret idüp her biri hizmetleri mukabelesinde vakf-ı şerifleri gallasından yevmi beşer akçe tas-keş vazifesine mutasarrıf olalar ...". Mihrişah Valide Sultan Vakfiyesi, VGM. Vakıf Kayıtları Arşivi, Defter Nu. 636, s. 85-89. Vakfiye Tarihi: 23 Cemaziyelahir 1215/11 Kasım 1800.

⁶⁰ Mihrişah Valide Sultan Vakfiyesi, VGM. Vakıf Kayıtları Arşivi, Defter Nu. 636, s. 56-57. Vakfiye Tarihi 21 Zilhicce 1209/9 Temmuz 1795.

⁶¹ Mehmet Ali Ünal, *Osmanlı Tarih Sözlüğü*, Paradigma Yayıncılık, İstanbul 2011, s. 476, 565.

⁶² Mustafa Şahin, "Orta Çağ'da Herat Bölgesi'nde Tarım, Tarımsal Sulama ve Sulama Hukuku", *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi (TAED)*, 50, Erzurum 2003, s. 220.

Sasanilerden, belki de daha eski dönemlerden bilinen su taksimi ve buna bağlı hukuk, gelenekler ile İslami hukuku kaynaştırılarak geliştirilmişti. Söz konusu su paylaşım hukuku, Timurlular dönemine kadar bölgedeki çeşitli İslam devletleri tarafından kullanılmıştır. Timurlular döneminde ise bu hukuk en olgun dönemini yaşamıştı.⁶³

İslam ve sonraki Türk devletlerinde varlığı bilinen mîrâb adlı görevliye Osmanlı çağında suyla ilgili vakıf belgelerinde de rastlanmıştır. Osmanlı dönemi vakıflarıyla ilgili bir çalışmada mîrâb unvanlı bir görevli tespit edilmişti. Bahsi geçen kişinin, vazifesi karşılığında bağlı bulunduğu vakıftan günlük bir akçe yevmiye alması şart koşulmuştu.⁶⁴

13. Çehkân (Çâhkân, Çâhken, Çekân)

Farsça'da çâh ya da çeh kelimeleri, kuyu, çukur anlamındadır.⁶⁵ Kân ise taş veya bir madenin bulunduğu ve çıktığı ocak, mahal, menba anlamında kullanılmaktadır.⁶⁶ Çahkânın sözlük anlamı kuyu kazıcı demektir.

Bir vakıf görevlisi olan *çehkân/çâhkân*, eğer vakfın yapı topluluğu arasında kuyu var ise kuyudan su çeken, kuyuyla ilgilenen görevli, kuyucu anlamına gelirdi. Eğer çeşme, şadırvan gibi su yapıları var ise bu çeşmelerin su yollarına bakan, bakım ve onarımını yapan görevli, meremmetçi anlamında da kullanılırdı. Eskiden bazı vakıfların suyu, külliye ve camilerin bahçelerinde açılmış kuyulardan temin edilirdi. İşte çehkânlar kuyudan su çeker, kuyunun bakım ve onarımıyla ilgilenir, aynı zamanda kuyunun temizliğine dikkat ederdi.

1576 yılında Tokat Yağlıbasan Medresesi'nin müderris, muid, imam, müezzin, ferraş, türbebandan oluşan yedi kişilik bir görevli kadrosu arasında bir de çehkân görev yapmaktaydı. Vakfın muhasebe defterlerine göre çehkân 1576 yılından 1918 tarihine kadar vakıf kadrosunda yer almıştı.⁶⁷ Çehkânın belirli tarihlerde vakıftan ne kadar maaş aldığı aşağıdaki tabloda görülmektedir.

⁶³ Şahin, agm, gösterilen yer.

⁶⁴ Hasan Yüksel, *Osmanlı Sosyal ve Ekonomik Hayatında Vakıfların Rolü (1585-1683)*, Sivas 1998, s. 232.

⁶⁵ Hüseyin Remzi, *Lugat-ı Remzi*, c. I, İstanbul 1305, s. 410, 417.

⁶⁶ Hüseyin Remzi, *Lugat-ı Remzi*, c. II, s. 178.

⁶⁷ Ali Açık, "Tokat Yağlıbasan Medresesi Vakfı (1154-1918)", *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Danışmendiler Sempozyumu (12-13 Kasım 2015) Tokat Bildiriler*, (Yay. Haz: Ali Açık, Murat Serdar), Tokat 2016, s. 273.

Tablo 1: Yağıbasan Medresesi Vakfı'nın Görevlileri Arasında Çehkân Görevlisi ve Maaşı⁶⁸

Yıl	Görevi: Çehkân (Kuyucu)
1576	Ayda 5 akçe, senede 1 müdd hububat, 1 dükkân kirası
1839	102,5 kuruş
1875	93 kuruş 30 para
1901	43 kuruş 20 para
1910	56 kuruş 10 para
1918	58 kuruş 5 para

Yine Tokat'ta Hamza Bey bin Baycar'ın 1412 yılında kurduğu vakıfta, mescit, zaviye ve türbe gibi birimler yer alıyordu. Geniş bir bahçe içerisindeki bu yapıları bir su kuyusu ile bir çeşme tamamlamaktaydı. Vakfın toplam on dokuz kişilik bir hizmet personeli arasında bir de çehkân görev yapmaktaydı. Anlaşılan çehkân, vakıf binaların içinde yer aldığı bahçedeki kuyudan su çekmekte, gerekli suyu temin etmekteydi. Vakfın 1875 tarihinden 1918 yılına kadar izlenebilen vakıf muhasebe defterlerine göre çehkân, yaptığı bu iş ve hizmeti karşılığında vakıf gelirlerinden belirli bir oranda maaş almıştı.⁶⁹ 1835 tarihli bir vakıf muhasebe defterinden yola çıkan Demirel, Sivas'ta vakıf çalışanları arasında on çehkânın görev yaptığını tespit etmiştir. Bahsi geçen çehkânların hepsi seyyid unvanını taşıyordu.⁷⁰

14. Âbkeş

Âbkeş suyla ilgili bir vakıf görevlisiydi. Önceleri bazı vakıf külliyelerde, tekkelerde veya sebillerin içinde, gerekli suyun temini için su kuyuları bulunurdu. *Âbkeşler* kuyudan su çekip ihtiyaç mahalline, vakfın çeşitli birimlerine veya insanlara ulaştıran, taşıyan görevlilerdi. Diğer bir deyişle vakıf kurumlarının veya insanların su ihtiyacını karşılamak üzere kuyu veya çeşmelerden su temin eden veya getiren kimselerdi. Sebillerde çalışan âbkeşler de sebil içindeki kuyudan su

⁶⁸ Açıklık, agm, s. 273-278.

⁶⁹ Tokat Vakıflar Bölge Müdürlüğü Arşivi (T. VBMA.) ve Sivas Vakıflar Bölge Müdürlüğü Arşivi (S. VBMA.)'ndeki muhasebe defterlerinde Hamza Bey Vakfı'nın gelir, gider ve görevlilerini gösteren toplam 51 adet vakıf muhasebe kaydı mevcuttur. İlgili muhasebe kayıtlarına göre vakıfta çehkânlık görevi 1918 yılına kadar süregelmiş ve bu iş değişik kişilerce yürütülmüştür. "Tokat'ta Hamza Bey Vakfı'nın Mali Tarihine Dair Bir Değerlendirme (1875-1920)" adlı bir araştırma, Tokat Tarihi ve Kültürü Sempozyumunda (25-26 Eylül 2014-Tokat) tarafımızca sözlü bildiri olarak sunulmuştur ve yayıma hazırlanmaktadır.

⁷⁰ Ömer Demirel, *Osmanlı Vakıf-Şehir İlişkisine Bir Örnek: Sivas Şehir Hayatında Vakıfların Rolü*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara 2000, s. 127.

çekerek sebil taslarını doldururlardı.⁷¹

Osmanlılar döneminde birçok vakıfta, vakfın çeşitli birimlerinin su ihtiyacını karşılamak üzere âbkeşler tayin edilmişti. Örneğin Fatih Külliyesi'nde külliye personeli arasında Fatih Camii'ne hizmet eden bir âbkeş çalışmaktaydı. Bu görevli, yaptığı iş karşılığında vakıftan günlük dört akçe yevmiye alıyordu.⁷² Görevli ücretlerinde vakfın gelir durumu veya yapılan işin kapsamına göre değişiklikler de söz konusuydu. Örnek olarak Gülbahar Hatun Vakfı'na ait bilgiler incelendiğinde 1103/1692 tarihinde görev yapan personel yevmi 1 akçe alırken 1173/1760 senesinde bu hizmeti yerine getiren âbkeş günlük 3 akçe ücret almaktaydı.⁷³

Medine kadısına yazılan bir hükümde Veziriazam Mehmed Paşa'nın Medine'ye getirttiği suya fenninde mahir su yolcular ile bazı sebillere hizmete yarar âbkeşler bulup tayin etmesi, bu kişilerin adlarını südde-i saadete arz etmesi halinde beratlarının verileceği bildirilmişti.⁷⁴

15. Saka (Âbkâr, İbrikdâr)

Saka, literatürde su taşıyan, su getiren görevli demektir. Sakalar çeşmelerden kırbaalarını, tulumlarını doldurarak semtlere, sokaklara, evlere veya vakıflara su taşırlardı. Hem sarayın hem de ordunun su ihtiyacını karşılayan ayrı saka teşkilatları olduğu gibi⁷⁵ vakıflarda da saka unvanını taşıyan görevliler istihdam edilirdi. Vakıf müesseselerinde cami, tekke, zaviye, türbe gibi ziyaretçi ve okuyucunun çok olduğu yerlerde el yıkamak, yüz yıkamak, abdest almak ve içmek için su getirip dökmekle görevli olanlara *saka* veya *ibrikdâr* denirdi. Örneğin Fatih Külliyesi'ndeki türbede bir saka görevliydi. Süleymaniye Külliyesi'nde ise bir saka türbede, bir ibrikçi de imarethanede görev yapmaktaydı.⁷⁶

Sakalar bir esnaf kolu olarak işlerini yürütürlerdi. Saka esnafı iki kısımdı. Birinciler sırtlarındaki kırba veya tulumlarla suyu yaya olarak taşırdı ki bunlar *arka sakaları* idi. Diğerleri ise atlarla su taşırlardı. Bunlara da *at sakaları*

⁷¹ Pakalın, *Sözlük*, c. I, s. 6. Pay, agm, s. 498.

⁷² Fahri Unan, *Kuruluşundan Günümüze Fatih Külliyesi*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara 2003, s. 273.

⁷³ Kübra Dursun, agt, s. 137.

⁷⁴ Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü, *7 Numaralı Mühimme Defteri (975-976 / 1567-1569)-Özet, Transkripsiyon, İndeks- Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı Yayınları*, Ankara 1998. s. 373.

⁷⁵ Pakalın, *Sözlük*, c. III, s. 96.

⁷⁶ Pay, agm, s. 498, 508.

denirdi.⁷⁷ Sakaların suyu nereden alacakları, kırba veya tulumlarını nereden, hangi çeşmeden dolduracakları belirli idi. Ancak zaman zaman sakalar kurallara uymaz, şehirde mahalle içlerindeki diğer çeşmelerden izinsiz olarak su almaya çalışırlardı. Bu durumda mahalle halkına, çeşmeden su alma sırası gelmez veya su yetersiz kalırdı. Halk sıkıntıya düşerdi. Böyle durumlarda Osmanlı yönetimi, ilgili idarecileri sıkı bir emirle uyarır, sakaların eskiden olduğu gibi suyu belirli çeşmelerden almaları gerektiğini, mahalle arasındaki çeşmelerden su almalarının engellenmesini bildirirdi.⁷⁸

16. Dolabçı (Dolabî, Su Dolapçısı)

Önceki dönemlerde kuyudan su çıkarmaya ya da nehirden alınan suyu kemerlere veya kanallara akıtmaya yarayan çarka su dolabı denirdi. Su, bu ahşap düzenek yardımıyla kuyulardan çıkarılır veya nehirden belli bir su yoluna akıtılırdı.⁷⁹ İşte *dolapçı*, vakıf kuyularda veya sulara, bahsi geçen dolaptan sorumlu olan, su çıkarma veya akıtma işiyle uğraşan kişilerdi.

Osmanlı döneminde hayır sahiplerinin halka veya çeşitli kurumlara su temini için bent, kuyu, çeşme, sebil, sarnıç, şadırvan ve benzeri çok çeşitli su yapıları vakfettikleri önceki bölümlerde zikredilmişti. Aynı amaçla insanlar, su içme tasları, musluk, su küpü, su dolabı gibi araç-gereç ve malzemeler de vakfederdi. Su dolabı vakfeden kişiler hem su çıkarmak veya nehirden su yoluna akıtmak hem de bu dolapla ilgilenmek üzere bir de dolapçı tayin ederlerdi. Dolapçının maaşı bağlı bulunduğu vakıf tarafından ödenirdi. Osmanlı dönemi vakıflarıyla ilişkili bazı araştırmalarda su dolabı vakfedildiği tespit edilmiştir.⁸⁰ Bunun yanında yine söz konusu dolaplarla ilgilenmek üzere dolapçı/su dolapçısı adlı görevli de vakıflarda su görevlileri arasında yer almıştır.⁸¹

Fatih Külliyesi'nde hem cami avlusunda hem de Akdeniz tarafındaki Sahn medreselerinin yakınında bulunan su kuyularının dolap tertibatı vardı. Belirtilen dolaplarla ilgilenmek üzere dolapçı (dolabî) tayin edilmişti.⁸² Dolabî olarak görev

⁷⁷ Mîrî at sakaları, bir şikâyet dilekçelerinde, İstanbul'un fethinden beri hayvanlarıyla sakalık işini yürüttüklerini, belirli musluklara su taşıdıklarını ve bu işle hayatlarını kazandıklarını söylemişler, ancak bir zamandan beri arka sakaların onların musluklarına dadanıp oraya su taşımaya başladığını bildirmişler, bu durumun yasaklanmasını istemişlerdi. Altınay, *On Altıncı Asırda İstanbul Hayatı*, s. 24.

⁷⁸ Altınay, *On Altıncı Asırda İstanbul Hayatı*, s. 19.

⁷⁹ Pakalın, *Sözlük*, c. III, s. 262.

⁸⁰ Adana'da hayrat kurumları arasında şehre su sağlamak için kurulmuş dört adet vakıf su dolabı bulunmaktaydı. Alkan, *agt*, 204, 254.

⁸¹ Hasan Yüksel, vakfiyeler üzerinde yaptığı araştırmada XVII. yüzyıl vakıf görevlileri arasında iki su dolapçının varlığını tespit etmiştir. Yüksel, *age*, s. 232.

⁸² Unan, *age*, s. 177.

yapan personele ödenen ücretlerin senelere göre değişiklik göstermesi vakıf muhasebe kayıtlarına da yansımaktaydı. Bu duruma Gülbahar Hatun Vakfı'nda görevli dolabiler örnek verilebilir. Ücret olarak aldıkları maaş ise 1599 tarihinde 4 akçe, 1612 senesinde ise 3 akçeydi.⁸³

17. Korucu (Su Yolu Korucusu)

Korucular⁸⁴ çeşmeleri, su yollarını korumakla görevlendirilmiş kimselerdi. Bunlar vakıflarda sivil olarak çalışıp görev yaparlardı, vakfa ait su kurumlarını ve yollarını gözetirlerdi. Su yolcuların dışında su yollarının korunması için *su yolu korucuları*, bentlerin ve kaynak sularının korunması için de *bend muhafızları* tayin edilirdi. Bu kişiler işin teknik ve tamir kısımlarından sorumlu olmayıp sadece doğanın ve insanların su yollarına verebileceği zararları önlemeye çalışırlardı. Su yollarında meydana gelmiş bir hasar gördüklerinde derhal su yolculara haber verirlerdi.⁸⁵ Böylece suyla ilgilenen diğer görevlilere ve suyun düzenli akışına yardım etmiş olurlardı.

Osmanlı Devleti'nde vakıflarda çalışan sivil su yolu korucularından başka Yeniçeri ocakları arasında, saraya bağlı olarak görev yapan resmi su yolu korucuları da bulunmaktaydı. Bunlar İstanbul ile sarayın bahçe ve bostanlarının su yollarına nezaret ederlerdi.⁸⁶

Sonuç

Osmanlı Devleti'nde su kaynakları ve havzalarının tespiti, suyun temini, ulaştırılması ve tevzi işleri oldukça önemliydi. Devlet bu yöndeki faaliyetleri eksiksiz yürütebilmek ve düzenleyebilmek için suyla ilgili teşkilatlar kurmuştu. Su yolculuk teşkilatı ve su yolu nazırlığı bunlardan birkaçı idi. İmparatorluk dahilinde su işlerinin halli için Divan'dan çıkan emirler kadınlara, mimarbaşılara, şehreminlere, suyolu nazırlarına, su yolculara ve sair evkaf mütevellilerine gönderilirdi.

Osmanlılarda su meselesiyle yalnız devlet ve resmi görevliler ilgilenmemiş, bireyler de bu yönde büyük çaba göstermiştir. Osmanlı toplumunda su, bir hayır yapma vesilesi olarak görülmüş, bu doğrultuda da suyla ilgili sayısız vakıf kurulmuştur. Bazı kişiler yerleşim birimlerine ve halka su temini için farklı türlerde yeni su tesisleri inşa ettirip vakfetmişlerdir. Bazıları ise var olan su

⁸³ Kübra Dursun, agt, s. 137.

⁸⁴ Bahaeddin Yediyıldız, "Vakıf İstilahları Lügatçesi", *Vakıflar Dergisi*, S. 17, VGM Yayınları, Ankara 1983, s. 58.

⁸⁵ Martal, agt, s. 21-22.

⁸⁶ İsmail Hakkı Uzunçarşılı, *Osmanlı Devleti Teşkilatından Kapıkulu Ocakları I*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara 1988, s. 453.

yapılarının hizmetini sürdürebilmesine, korunabilmesine ve onarımlarına yönelik vakıflar ihdas etmiştir. Su yapılarıyla, su iş ve hizmetleriyle ilgilenmek üzere vakıflarda pek çok görevli istihdam edilmiştir. Bu görevlilerin maaşları vakıf idarelerince ödenmiştir. İlgili görevliler sayesinde geçmişte kurulan birçok su tesisi günümüze ulaşabilmiş ve varlığını halen devam ettirebilmektedir.

Osmanlı döneminde vakıf su yapılarında hizmet edenlere bakıldığında genel olarak üç gurup görevli göze çarpmaktadır. Bunlardan birincisi vakıf su yapılarını koruyan, gözeten, nezaret edenlerdir. Kadıları, su yolu nazırları ile su korucularını burada saymak gerekir. İkincisi inşa, tamir, bakım ve onarım, ölçüm gibi işlerle uğraşan teknik sınıftı. Bunlar aynı zamanda su işleriyle uğraşan en kalabalık zümreydi. Bu alanda öne çıkan meslek gurupları su yolcular ile meremmetçilerdir. Üçüncüsü ise su çeken, su taşıyan, su dağıtan, insanlara veya kurumlara su temin eden görevlilerdi. Tas-keşler, sakalar, âbkeşler, sebilciler, çehkânlar, dolapçılar da bu kesime dahildir. Su ile ilgili işlerde çalışanların birçoğunun görevleri, bu alandaki diğer görevlilerin görevleri ile iç içe geçmiş görünse de çoğunun belirli ve ayrı bir çalışma alanı ve görevi vardı. Bu açıdan bakıldığında yola Osmanlı Devleti'nde su hizmetlerinde uzmanlaşmış meslek guruplarının olduğu söylenebilir.

Su ile ilgili teşkilatların varlığı, vakıfların sayısı, vakıf çeşitliliği ve görevlilerin çokluğu Osmanlı toplumunda su ve su kurumlarına verilen önemi ortaya koymaktadır.

KAYNAKLAR

Arşiv Kaynakları

- Başbakanlık D.A.G.M, 1998, *7 Numaralı Mühimme Defteri (975-976 / 1567-1569)-Özet, Transkripsiyon, İndeks-* Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- Hoca Sâdeddin Efendi Vakfiyesi, VGM. Vakıf Kayıtları Arşivi, *Defter Nu. 633*, s. 202. Vakfiye Tarihi Gurre-i Receb 1023/7 Ağustos 1614.
- Mihrişah Valide Sultan Vakfiyesi, VGM. Vakıf Kayıtları Arşivi, *Defter Nu. 636*, s. 85-89. Vakfiye Tarihi: 23 Cemaziyelahir 1215/11 Kasım 1800.
- Mihrişah Valide Sultan Vakfiyesi, VGM, Vakıf Kayıtları Arşivi, *Defter Nu. 636*, s. 56-57. Vakfiye Tarihi 21 Zilhicce 1209/9 Temmuz 1795.
- Müftü Abdülaziz Efendi bin Karaçelebizade Hüsameddin Vakfiyesi, *Bursa Şeriye Sicilleri, B 119*, s. 65; *B 130*, s. 18-19.

Diğer Kaynaklar

- [Altunay], A. R., 1935, *On Altıncı Asırda İstanbul Hayatı (1553-1591)*, İstanbul.
- Açıknel, A., 2016. "Tokat Yağlıbasan Medresesi Vakfı (1154-1918)", *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Danişmendliler Sempozyumu (12-13 Kasım 2015) Tokat Bildiriler*, (Yay. Haz: Ali Açıknel, Murat Serdar), Tokat, s. 269-280.
- Akyıldız, A., 2010, "Şehremini", *TDV. İslam Ansiklopedisi*, c. 38, İstanbul, s. 459-461.
- Alkan, M., 2004, Adana'nın Bütüncül Tarihi Çerçevesinde Adana Sancağı Vakıflarının Analizi –TÜSOKTAR Veri Tabanına Dayalı Bir Araştırma-Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.
- Başol, S., 2008, Kentleşme, Ekonomi ve Sosyal Hayat Yönleriyle 17. Yüzyıl Bursa Vakıfları, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı Doktora Tezi, Ankara.
- Berki A., H., 1966, *Vakfa Dair Yazılan Eserlerle Vakfiye ve Benzeri Vesikalarda Geçen İstilah ve Tabirler*, Doğu Matbaacılık, Ankara.
- Çetintaş, S., 1944, "Türklerde Su, Çeşme, Sebil", *Güzel Sanatlar*, S. 5, İstanbul, s. 125-147.
- Çiftçi, C., 2000, "Osmanlı Dönemi Bursa Su Yollarının Bakımı ve Onarımında Vakıfların Rolü", *U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl, 3, Sayı 3, s. 57-74.
- Çiftçi, C., 2004, *Bursa'da Vakıfların Sosyo-Ekonomik İşlevleri*, Gaye Kitabevi, Bursa.
- Demirel, Ö., 2000, *Osmanlı Vakıf-Şehir İlişkisine Bir Örnek: Sivas Şehir Hayatında Vakıfların Rolü*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.

- Dursun, K., 2020, II. Bayezid'in Annesi Gülbahar Hatun'un Hayatı ve Vakıfları, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Tokat.
- Ferlibaş, M. B., 2021, *Enderun Hazinesi Kethüdası ve Bâbüssaâde Ağası Osman Ağa'nın Evkafı*, Yeditepe Yayınevi, İstanbul.
- Güneri, H., 1971, "Vakıf Suları ve Su Vakıfları", *Vakıflar Dergisi*, S. IX, Ankara, s. 67-79.
- Hüseyin Remzi, 1305, *Lugat-ı Remzi*, c. I-II, İstanbul.
- Kabakcı, O., 2021, Şehzâde Mehmed Evkafı ve Vakfiyesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Karataş, A. İ., 2008, "Bursa Suları ve Su Vakıfları", *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, c. 17, S. 2, s. 379-417.
- Kayakaçan, M., 1998. Osmanlı Devleti'nde Kadıların İdari Görevleri, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Hukuku Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Kılıç, S., 2004, "Su Yolları ve Su Yolcu Esnafına Dair Bazı Tespitler", *Tarih Araştırmaları Dergisi*, c. 23, S. 36, s. 175-188.
- Martal, A., 1987, XVI. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nda Su Yolculuk, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Ortaylı, İ., 2016, *Hukuk ve İdare Adamı Olarak Osmanlı Devleti'nde Kadı*, Kronik Kitap Yayınları, İstanbul.
- Özensoy, A., 2016, Sancak Bölgesi Osmanlı Vakıfları (15. Yüzyıl ile 20. Yüzyıl Arası), Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale.
- Pakalın, M. Z., 1983, *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, c. I-III, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul.
- Pay, S., 2002, "Klasik Dönem Osmanlı Külliyyelerinde Personel Sistemi", *Türkler*, c. 10, (ed. Hasan Celal Güzel, Kemal Çiçek, Salim Koca), Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, s. 491-509.
- Sağır, Y., 2016, "Osmanlı Su Vakıfları", *Tarihin Peşinde -Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı 15, s. 445-4473.
- Şahin, M., 2003, "Orta Çağ'da Herat Bölgesi'nde Tarım, Tarımsal Sulama ve Sulama Hukuku", *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi (TAED)*, 50, Erzurum, s. 211-223.
- Turan, Ş., 1963, "Osmanlı Teşkilatında Hassa Mimarları", *TAD*, I/1, s. 157-203.
- Unan, F., 2003, *Kuruluşundan Günümüze Fatih Külliyesi*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.

- Uzunçarşılı, İ. H., 1988, *Osmanlı Devleti Teşkilatından Kapıkulu Ocakları I*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- Ünal, M. A., 2011, *Osmanlı Tarih Sözlüğü*, Paradigma Yayıncılık, İstanbul.
- Yediyıldız B., 1983, “Vakıf İstilahları Lügatçesi”, *Vakıflar Dergisi*, S. 17, VGM Yayınları, Ankara, s. 55-60.
- Yediyıldız, B., 2002, “Klasik Dönem Osmanlı Toplum Yapısına Genel Bir Bakış”, *Türkler*, c. 10, (Ed. Hasan Celal Güzel, Kemal Çiçek, Salim Koca), Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, s. 183-215.
- Yediyıldız, B., 2003, *XVIII. Yüzyılda Türkiye’de Vakıf Müessesesi-Bir Sosyal Tarih İncelemesi*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- Yılmaz, F., 2010, *Osmanlı Tarih Sözlüğü*, Gökkuşbe Yayınları, İstanbul.
- Yüksel, H., 1998, *Osmanlı Sosyal ve Ekonomik Hayatında Vakıfların Rolü (1585-1683)*, Sivas.

11. Bölüm

Dezavantajlı Üniversitelerde Markalama Stratejileri: Bayburt Üniversitesi Özelinde 'Konumlandırma' Okuması*

Ayşe GÜRSES¹
Didem ŞAHOĞLU²
Savaş KESKİN³

*Bu araştırma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Bilimsel Araştırma Projeleri destek çağrısı kapsamındaki 1919B012221988 numaralı proje başvurusundan üretilmiştir.

1 Öğrenci, Bayburt Üniversitesi, aysegurses2525@gmail.com

2 Öğrenci, Bayburt Üniversitesi, sahoglud@gmail.com

3 Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi, savaskeskin@bayburt.edu.tr

Giriş: Dezavantajlı Şehir ve Onun Üniversitesi

Bu araştırma, bulunduğu şehir itibarıyla marka ve kurumsal itibar değeri bakımından metropol ve megapol üniversitelerine göre dezavantajlı olduğu varsayılan Bayburt Üniversitesinin, ‘Eşsiz Satış Teklifi (USP-Unique Selling Proposition)’ çerçevesinde bir pazarlama strateji gütmemesinin imkansızlığı nedeniyle ‘Konumlandırma’ odaklı bir pazarlama stratejisinin imkanlarını ve bu imkanları sınavacak somut markalaşma çıktılarının araştırılması sürecini kapsamaktadır. USP odaklı bir pazarlama stratejisi, rasyonel olarak diğerlerinden üstün ve öne çıkan güçlü yön özelliğini gerektiren bir etkileşim tarzı olduğu için (Miller & Henthorne, 2008), hedef kitle zihninde çağrışımlı ve olumsal kavramlara iliştilirilmiş bir konumlandırmayı hedeflemek daha gerçekçi bir markalaşma hedefi olarak tanımlanabilir. Örneğin, Bayburt Üniversitesi bir süredir ‘Güvenli Şehrin Huzurlu Üniversitesi’ mottosunda bu tarz bir markalaşma stratejisi gütmektedir. Türkiye’de benzer ölçekteki şehirlerin neredeyse tamamıyla benzer güvenlik ve huzur indekslerine sahip olan Bayburt’u, üniversite seçim sürecinde olan adayların zihninde güvenlik ve huzur kavramlarıyla eşlemeyi hedefleyen bu strateji, konumlandırma yaklaşımını da örneklemektedir. Çünkü 2000’li yılların başlarında kurulan üniversitelerin önemli bir kısmı gerek şehir markası, gerekse köklü üniversitelerle rekabet etme gücünü tesis etmedeki zorluklar nedeniyle girdikleri dezavantaj potansiyelini konumlandırıcı özgün stratejilerle genişletmeye ve öznelletirmeye çabalamaktadır.

Keskin, Uzun ve Taş’ın (2020) Bayburt’un sosyal medya ve geleneksel medya pratiklerindeki temsili çerçevesinde bir gerçeklik algısı üreten megapol kentlilerinin ötekileştirici bilinci üzerine yaptıkları tespiti bir dayanak olarak sayan bu araştırma, Bayburt’ta bir üniversite olduğunu dahi bilmeyen ve hatta bunu yakıştırmayan bir kitlenin itibarsızlaştırıcı tazyiklerinden beslenen dezavantajlar setinin doğrusal ve dolaysal etkilerine karşı bir girişim olarak vardır. Çünkü şehir markasının bir hayli olumsuz ve olumsuzluğu da alt edecek şekilde ‘hiçlikle, bilinmezlikle’ kodlanıyor olması, Bayburt Üniversitesine yönelik itibar atfetme ve marka değeri yükleme yönelimlerini de etkileyecektir. Oysa Ustabulut ve Keskin’in (2018) Bayburt Üniversitesi özelinde, ‘uzak şehirlerde’ üniversite etkisini ortaya koymak amacıyla yürüttükleri saha çalışmasının sonuçları, şehrin öz-ımar ve öz-saygınlık algısının üniversitenin varlığıyla birlikte yükseldiğine ve öz-güvenin tamamlayıcı bir unsur olarak şehrin dokusunu güçlendirdiğine işaret etmektedir.

Bayburt Üniversitesinin en önemli dezavantajlarından birini, Bayburt’un coğrafi konumu, nüfus azlığı ve yoksunluğunu fantastikleştirerek gerçekdışı bağlamda yeniden üreten sosyal medya viral mizahı oluşturur. Keskin, Uzun ve

Taş'ın (2020) çalışmaları, Bayburt'un Dede Korkut'la, Avrupa'dan ödüllü sanat müzeleriyle, ehram kültürüyle vs. tanınmayı talep ederken nüfus, yoksunluk, siyaset, iklim aşırılığı ve muhafazakarlık ekseninde tanınıyor olmasının şehrin marka değerindeki ve itibarındaki düşüklüğün, içeriğindeki her şeyi, herkesi ve her kurumu da paralel bir düzlemde soğuracağını göstermektedir. Oysa marka pazarlama, artık yalnızca ürünlerin değil; ulusların, yerlerin, şehirlerin ve üniversitelerin konu olduğu bir itibar rekabetinin genel çerçevesidir.

Bu araştırma, başarılı olma potansiyeli taşıyan bir dezavantajlı üniversitenin; Bayburt Üniversitesinin pazarlama yönlü halkla ilişkiler faaliyetlerine dayanan markalaşma ve kurumsal itibar stratejilerinin bilimsel çehresini tespit ederek, diğer üniversiteler için bir faydalı model önerisinde bulunmayı deneyecektir. Çünkü kamu üniversitelerinde markalaşma bilinci ve itibar kaygısıyla ilgili bürokratik sorunlar olması, vakıf üniversitelerinin ise genel olarak taşra kentlerini tercih etmemesi gibi etmenler yükseköğretimde kaliteyi yükseltmek için başarı potansiyelli örneklerin bilimsel testine duyulan ihtiyacı artırmaktadır. Bayburt Üniversitesinin marka kodlamasındaki genel çerçeveyi kavramak, geliştirme önerileri bağlamında tüm dezavantajlı üniversiteler açısından 'amaçlar için ortaklıklar' meydana getirebilme ihtimalini taşır.

Pazarlama yönlü halkla ilişkiler, tüketicilerin markadan beklentileri, ihtiyaçları, istekleri ve merakları doğrultusunda kurumu ve hizmetlerini teşhis eden, güvenilir bilgi iletişimi ve tüketici memnuniyetini sağlamaya yönelik uygulamalarıyla satın alma süreçlerini destekleyen programları planlama, yürütme ve değerlendirme işlemleri kapsayan çok yönlü iletişim faaliyetlerini ifade etmektedir (Okay & Okay, 2007, s. 443). Henry ise pazarlama yönlü halkla ilişkileri, kitle halindeki ya da özelleştirilmiş hedef kitlelere yönelik olarak organize edilen, satışları ya da bir firmanın ürettiği ürün ya da hizmetleri pazarlamayı amaçlayan, bütünleyici, tüm hepsini kapsayan farkındalık veya bilgilendirmeye yönelik program ya da kampanya olarak tanımlamıştır (Kalender & Fidan, 2008, s. 178). Tanımında da açıkça belirtilen niteliğiyle kurumsal halkla ilişkiler faaliyetlerinden ayrı bir noktada konumlandırılması gereken pazarlama yönlü halkla ilişkiler kurumun pazarlama amaçlarına yönelik sistematik iletişim stratejilerinden oluşmaktadır. Bu yönüyle incelendiğinde pazarlama-tutundurma karmaşı içinde yer alan halkla ilişkiler faaliyetlerinin kurumsal imaj ve kimlik inşa etmeyi amaçlayan uygulamaların ötesinde ürün ve hizmet odaklı olduğu görülmektedir.

Küresel ağ bağlantılarının ortaya çıkardığı çoklu medya ortamları ve sayısız mecra enformasyon ihtiyacını anlık olarak karşılayan iletişim kaynakları olarak ön plana çıkmaktadırlar. Televizyon, radyo, internet gibi ortamlarda yer alan sayısız mecra, reklamların etki düzeyini azaltmaktadır. Reklama maruz kalması

beklenen tüketicilerin belirgin mecralarda sabitlenmesi mümkün değildir (Deniz, 2010, s. 244). Sanal cemaatler ve ağ sisteminde aktif olarak gezinen kullanıcılara ulaşabilecek halkla ilişkiler uygulamaları, etki yaratma bağlamında farklılık yaratmaktadır. Çok fazla enformasyon kaynağı arasında kurumsal bir çıktının konu edildiği reklamlar için gerekli farkındalığı yaratma görevi halkla ilişkileridir. Hedef kitleyle kurulan etkin iletişimin, kurumsal faaliyetlerin zihinsel süreçlerdeki konumlandırmasına olan katkısı büyüktür. Başarılı halkla ilişkiler uygulamalarıyla ön plana çıkan kurumların, hedef kitlenin hiyerarşik algı dünyasında öncelenmesi beklenmektedir. Bu nedenle kurumsal imajı ve kimliği başarılı bir şekilde inşa edilen kurumların reklamları sınırsız enformasyon arasında fark edilebilecektir. Bu durum hedef kitlenin reklama karşı ilgilenim ve katılım düzeylerini arttıracaktır.

Küreselleşmenin beraberinde getirdiği süreçlerin sonucunda kurumsal faaliyetlerin bütünleşmesi, amaç ve mesajlar arasında tutarlılık olması zorunluluğu doğmuştur. Bu nedenle kurumsal iletişim faaliyetlerinin bütünsel bir düzlemde gerçekleştirilmesi beklenmektedir. Reklam ve halkla ilişkiler arasındaki bütünsellik, bütünleşik pazarlama iletişim kavramını ortaya çıkarmıştır. Pazarlama amaçlarını gerçekleştirmeye yönelik iletişim faaliyetlerini içeren bu yeni kavram, organize olmuş sistematik uygulamaları içermektedir. Ancak reklamlarla halkla ilişkiler arasındaki ilişkinin boyutları, bütünleşik pazarlama iletişimin başarısını etkilemektedir. Reklamın gelecekteki konumu üzerine yapılan araştırmalar, halkla ilişkilerin kazanacağı ehemmiyeti gözler önüne sermiştir. Bu noktada bütünleşik pazarlama iletişiminde halkla ilişkiler temelinde şekillenecek uygulamaların reklamlarla desteklenmesi fikri doğmuştur (Harris & Whalen,2009, s. 51). Günümüzde tersi bir durum söz konusu iken, halkla ilişkilerin kurumsal iletişim faaliyetlerinin odağına yükselmesi, gelecekteki iletişim anlayışını yansıtmaktadır. Destek fonksiyonu olarak kullanılan halkla ilişkilerin başat konumda yeniden şekillendirilmesi fikri geçerli bir fikirdir. Bu dönüşümün kurumsal iletişim politikalarındaki yayılımı, toplumsal süreçleri de etkileyecektir.

Halkla ilişkilerin pazarlama amaçlarına yönelik olarak uygulamaya konulması, pazar destek unsurlarını kontrol edecek atılımları beraberinde getirmektedir. Nitekim pazarlama, belirli bir pazar içerisinde gerçekleştirilen satış ve tutundurma faaliyetlerini içermektedir. Dolayısıyla ürün ve hizmetin pazarlanacağı pazar ortamlarının kontrolünün sağlanması, pazarlama amaçlarına ulaşma konusunda oldukça etkili bir adım olacaktır. Çünkü tüketici gruplar aktif pazarlarda yer almaktadır. Özellikle farklı ilgi alanlarına yönelik oluşturulan pazarlarda tüketici beklentilerine yanıt verecek iletişim odaklı stratejiler, pazarlama yönlü halkla ilişkiler çabaları sonucunda belirlenmektedir.

Son yıllarda yapılan araştırmalar, tüketicilerin bir ürün ve hizmeti satın alırken, o ürünü ya da hizmeti üreten kurumun toplumsal bağlamdaki itibarını dikkate aldıkları ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla kurumsal itibarı ve sosyal sorumluluk bilinci yeterli düzeyde olmayan kurumların, ürün ve hizmetlerinin pazarlama süreçleri gerçekleştirilmek istenen amaçların uzağında kalmaktadır (Okay & Okay, 2007, s. 388). Halkla ilişkilerin temel fonksiyonlarından biri olan kurumsal itibar yönetimi, kurumsal imajı olumlayıcı faaliyetleri içeren çok yönlü bir süreçtir. Bu süreçte inşa edilen kurumsal itibar, dolaylı olarak marka kimliği ve ürün satışlarını etkilemektedir.

Dezavantajlı üniversitelerin en azından bir ‘marka eşitliği’ (Pinar vd. 2014) düzleminde rekabet gücü tesis etmesinin uygulamalı imkanlarını araştırmak, ‘marka eşitsizlikleri’ nedeniyle tercih faktörleri azalan bu üniversitelerin mevcut konumlarını geliştirmek için bir fırsat olacaktır. Çünkü başarılı konumda bulunan üniversitelerin önemli bir kısmının ortak özelliği bu başarı algısını konumlandırmış olmalarıdır (Chapleo, 2010). Niteliklerin benzeştiği ve altyapısal imkanların birbirine yakın parametrelerde tercihi zorlaştırdığı bir dönemde, bir üniversite ile diğeri arasındaki fark nitelikte değil algısal konumda aranmalıdır. Bu yönüyle uzun bir süredir neredeyse tüm devlet üniversiteleri de tıpkı vakıf üniversiteleri gibi bir Pazar rekabeti içerisindeyler ve en temelde kendi markalarını satarlar (Gray, Shyan-Fam & Llanes, 2003). Finansal ekonominin daha ötesinde ontolojik bir ekonomi olan eğitim pazarında tercihler ile algılar arasındaki ilişkiyi kontrol etmek üzere geliştirilen iletişim faaliyetleri, merkezi yayın ve reklam olanaklarında bir dengesizlik olmasına karşın sosyal medyada en azından daha az dijital eşitsizlikle sürdürülebilir.

Tüm dünyada yükselen pazarlama ve marka değerleri, özellikle şehir ve kamu diplomasisi alanında yeni imaj ve markalama ilişkilerini beraberinde getirir. Şehir markalama olarak bilinen yeni bir pazarlama türü (Kavaratsız, 2004), bazı özgün şehirlerin diğerleri karşısında turizm, spor, kültür ve tarih açısından daha ayrıcalıklı konumlanmasını sağlayarak küresel algıda bir seçkinlik yaratır. Bu durum, eş zamanlı olarak şehre ekonomik, sosyal ve kültürel katma değer olarak fayda sağlar. Literatürde önemli bir kavram olarak yükselen ‘şehir markalama’, şehrin kimlik değerleri üzerinden bir marka stratejisi tasarlanmanın ve bu tasarımı çeşitli imajlar / görsellemeler olarak pazarlamanın multi-medya imkanlarını içerir (Chan vd. 2021). Şehirlerin taşıdığı tarihsel, sportif, kültürel ve sanatsal birikimler, küreselleşmeye alternatif olarak popülerleşen kü-yerelleşme eğilimlerinde ‘özgün yerlerin’ önemini yükseltir. Paris, Milano ve Floransa gibi şehirlerin sanat alanında markalaşarak küresel turizmin rotasında olması, başarılı bir şehir markalama çalışmasının sonucudur (Lucarelli & Berg, 2011; Rizzi & Dioli, 2009).

Bu araştırma, Bayburt Üniversitesinin 2021 yılı sonrasında değişen pazarlama yönlü halkla ilişkiler anlayışını, Kurumsal İletişim Koordinatörlüğünü kurarak başlattığı markalaşma ve kurumsal itibar stratejilerini ‘konumlandırma’ ekseninde ölçmeyi planlayan bir kodlama okumasıdır. İki sacayaklı bir sürecin zemin bilgisini kurma planını gerçekleştiren bu araştırma, Bayburt Üniversitesinin kurumsal tanıtım mecralarında kurguladığı marka ve kurumsal itibar stratejilerinin inşa boyutunu haritalayacaktır. Bu haritalama, marka kodlamasının ana hatlarını sunması bakımından ilerleyen süreçte markanın alımlanması ve itibarın kodaçımınlanmasına odaklanan bir diğer projenin referans noktası olacaktır. Bu bakımdan araştırma kapsamında Bayburt Üniversitesinin kurumsal sosyal medya hesaplarındaki paylaşımlar ve kurumsal haberler incelenerek içerikte kodlanan markalaşma ve kurumsal itibar stratejisi kavranacaktır.

Bu araştırma, Bayburt Üniversitesinin kurumsal sosyal medya faaliyetleri ve Web sitesindeki haberlerin içeriği ile sınırlıdır. Bir başka sınırlılık alanı ise veri toplama sürecine yöneliktir. Araştırmanın verileri 2022 yılını kapsayan 12 ay ile sınırlandırılmıştır.

Bu araştırmada, “Bayburt Üniversitesinin kurumsal sosyal medya hesaplarındaki paylaşımlarda ve web sitesindeki haber içeriklerinde sunulan markalaşma ve kurumsal itibar stratejileri nasıl kodlanmaktadır?” sorusuna yanıt aranmaktadır. Bu temel soru çerçevesinde yanıt aranan alt sorular ise şöyledir;

-Bayburt Üniversitesi markası içerik olarak nedir ve nasıl bir konumlandırma stratejisi içerir?

-Bayburt Üniversitesi kurumsal itibarını hangi temsil içerikleri üzerine inşa eder?

Bu araştırmanın amacı, Bayburt Üniversitesinin rekabet gücü oluşturmak için planladığı pazarlama yönlü halkla ilişkiler çalışmaları kapsamında inşa ettiği markalama ve kurumsal itibar stratejilerini; içerikteki kodlar, semboller, olaylar ve her türden gösterge ekseninde tespit etmektir. Ayrıca bu tespitten yola çıkarak dezavantajlı üniversiteler için markalama ve kurumsal itibarın alımlanma biçimlerini irdeleyen bir başka araştırmanın zemin bilgisini kurarak faydalı markalaşma modeli için bir bilimsel rehber ortaya koymaktır. Böylece Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları çerçevesinde önemli bir eylem alanı olan ‘eşitsizliklerin azaltılması’ konusunda bir dengeleme sürecine katkı sunulacaktır. Esasen araştırmanın en genel amacı, dezavantaja bağlı marka ve itibar eşitsizliklerini giderecek bir rekabet stratejisi için altyapı sondajı yapmaktır.

Bayburt Üniversitesinin dezavantajlı üniversite kimliğini telafi etmek ve rekabet gücü kazanmak için giriştiği pazarlama yönlü halkla ilişkiler faaliyetleri, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarının kilit maddelerinden biri olan

‘Eşitsizliklerin Azaltılması’ eylem planı ile yakından ilişkilidir. Çünkü eşitsizlik, temsil yoluyla sürekli yeniden üretilen bir itibar kavramının korunmasızlığını göstermektedir. Tüm dünyada önem kazanan itibar kavramı aynı zamanda bir marka kimliği olduğu için ayrımcılık, ötekileştirme ve fantastik temsillerle kasten itibarsızlaştırma fiillerinin işgal ettiği bir eşitsizlik düzlemidir. Nitekim temsil yoluyla kasten itibarsızlaştırılan yerler, kişiler ya da kurumların itibarını/saygınlığını savunmak, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarının ‘Eşitsizliklerin Azaltılması’ kategorisine katkı sunması bakımından etğin ötesinde bir pratik önemi vardır. Bayburt Üniversitesinin ‘üniversite markalama’ stratejisi, bütünleşik bir itibar hareketliliğinin de taşıyıcısı olması nedeniyle özgün değere sahiptir. Nihayetinde üniversiteler ve meslek okulları, bugünün karmaşık ve yüksek rekabetli pazar ortamında markalaşmayı bir çözüme dönüştürmeye ve sürdürülebilir stratejilere ihtiyaç duyarlar (Pinar vd., 2013, s. 616).

Bayburt Üniversitesi gibi bir üniversitenin markalama sürecinde dezavantajlılığını tanımlayan en önemli göstergelerden biri, ‘farkındalık’ ve ‘üniversite imajı’ arasındaki ilişkidir ve bu ilişki ‘görünürlük’ ile sağlanır (Iqbal (2012, s. 172-174). Bayburt’un olduğu gibi Bayburt Üniversitesinin de kitlesel okumaların/izlemelerin/dinlemelerin gerçekleştiği temsil ve etkileşimli ekran deneyimi ortamlarındaki görünürlüğünün köklü üniversitelere göre düşük olmasının ‘farkındalık’ ve ‘üniversite imajı’ açısından mutlak tesiri olacaktır. Bu nedenle kısıtlı imkanlar ve bilhassa sosyal medya erişim imkanları temelinde (Maresava vd., 2020); markalama misyonu, marka kimliği, marka konumlandırma, marka iletişimi ve marka bağlılığı (Javani, 2016, s. 231) çalışmalarına dayanan bir üniversite markalama stratejisi denenecektir. Çünkü farklı olanların orantısız gücüne karşılık benzer olanlar arasında konum elde etme mücadelesi, bir marka stratejisinin en önemli konumsal görünümüdür.

Markalama stratejisini konumlandırma perspektifinde değerlendirmek üniversitelerin mevcut ontolojik koşullarını ve rekabetin baskısı altındaki ontik geleceklerini öngörmek bakımından değerlidir. Çünkü bir üniversitenin marka algısı ile akademik performans algısı arasında güçlü ilinti vardır (Eraslan, 2015). Üniversite akademik yönden ne kadar güçlü olursa olsun bu gücünü marka algısına yansıtmadığında, kendisinden daha düşük akademik kapasitedeki üniversitelerin akademik konumunun gerisinde kalacaktır. Bu yüzden marka kişiliği kurmak ve bu kişiliği bir algı olarak hedef kitleyle etkileştirmek (Aysen, Yaylı & Helvacı, 2012), doğru anlaşılacak ve zihinlerde yer edinmek için oldukça verimlidir. Üstelik marka algısı, entegre kalite yönetim sistemi çerçevesinde yalnızca dış hedef kitleyi ya da potansiyel öğrencileri değil, iç hedef kitleyi de kapsayan (Judson vd., 2008), personel ve öğrencilerin marka değerini

içselleştirerek kendi sosyal ağlarında (yüz yüze ve dijital) sergilemelerini bekleyen çok yönlü bir örüntüdür. Bu örüntüleme sistemi en basit ve genel-geçer haliyle üniversite markasına ‘pozitif tercih’ olarak geri dönecektir (Joseph, Mullen & Spake, 2012; Torlak & Doğan, 2011). Öğrencilerin marka algısı ile pozitif tercih eğilimleri arasındaki ilişkinin güçlendiği ‘daha fazla medya’ çağında, iletişimsel stratejileri bir konumsal algı kurgusuna odaklamak da ayırt edici rekabet farkındalığı oluşturacaktır.

Yöntembilimsel Süreç ve Uygulama Tasarımı

Bu araştırmada, konumlandırma mesaj stratejisinin haber ve sosyal medya kapsamlı enformatik faaliyet çerçevesini kavramak için içeriklerin kategorisel kesişmelerine bakılacağı için içerik analizi yöntemi tercih edilmiş ve verinin sayısallaştırılması yoluyla yapılandırılması sağlanmıştır. İçerik analizi, içerik sahasındaki iletişimsel verileri kelimesi kelimesine betimlemek yerine ortak kodları açığa çıkarmayı amaçlayan bir yaklaşımla şekillendiği için (Drisko & Maschi, 2016), bu araştırmanın veri yapılandırma sistematikliğini tamamlamıştır. Araştırmadaki temel amaç, Bayburt Üniversitesinin konumlandırma stratejisinin yayıldığı içeriklere bakarak arka plan bilgisine erişmektir. Çünkü mevcut haber ve sosyal medya içeriklerinin ortak bir konumlandırma stratejisinin farklı temalarda ve konulardaki temsilleri olduğu varsayılmaktadır. Bir konumlandırma kategorisine ulaşmak için yapılandırılması planlanan veriler, Dezavantajlı bir üniversite olan Bayburt Üniversitesinin kendini olumlama ve kurumsal itibar için seçtiği markalamanın hangi algısal konumu hedeflediği hakkında tespit yapmayı mümkün kılacaktır. Mayring (2004) içerik analizinin merkezine kategorisel dağılımı yerleştirerek, temel mantığın kategorisel tasarıma ulaşmak olduğu hakkında tezler geliştirir. Bu tezlerin dayanak kabul edildiği araştırmada, kodlama cetvellerinde tanımlanan kategoriler ağında toplanan verilerin kategorisel analizi yapılmış ve kategorisel anlam ile verinin birim bazlı anlamı arasında ilişkisellik bağlamı kurulmuştur.

Bu araştırmanın temel varsayımı, Bayburt Üniversitesinin kurumsal haberleri ve sosyal medya paylaşımlarında yer alan her bir içeriğin görünen/açık seçik yönle birlikte genel anlamın inşasına dayanan örtülü bir yönü de barındırdığıdır. Çünkü bir akademik başarının sunumu diğer akademik başarıların sunumuyla ortak bir algıda eklemlendiğinde her bir içerikte görünen odak noktası ile görünmeyen ve bir düşünsel/algısal bağ olarak kurulan örtük konumlandırma arasındaki ilişkinin pazarlama değeri yükselecektir. Konumlandırma mesaj stratejisi, Lowry ve Owens’in (2011, s. 36-38) tespitleriyle akademik programların tasarımı, harçlandırma ve finansal yardım modeli, akademik üretimin topluma ulaştırılması ve iletişim stratejileri olarak başarılı bir kurumsal

itibarı örer. Dolayısıyla kurumsal itibarın konumlandırılacağı bağlam, çoğul ve her bir tekil içerikte örtülü halde bulunan bir ‘ima(implication)’ olarak sunulur. İçerik analizinin de özünde bulunan bu açık seçik/görünen içerik ya da belirgin içerik ile örtülü ya da a priori içerik arasındaki kodlayıcı ilişki, kategorisel anlamın inşasına çalışan araştırmacı için bir art-görü sunar (Drisko & Maschi, 2016; Stemler, 2000, s. 3-5). Bu araştırma, iletişimin nicel ifadesi ile nitel imaları arasında bir işaret eden-işaret edilen ilişkisini de dolaylı olarak kurar.

Harwood ve Garry (2003), içerik analizinin görsel ve sözel verileri birlikte ele alan ve içeriğin genel konseptinde bu tarz modüler bileşenleri hesaba katan bir analitik tarz olduğunu tespit eder. Sosyal medyanın ‘çoklu medyum’ tasarımlarını ve ‘çok kipli (multimodal) içerik yapılarını kategorisel bir bütünlükte ifade etmek için yöntemsel bir önü açıklık sağlayan içerik analizi, bu araştırmanın veri sahasındaki haber ve sosyal medya metinlerinin görsel ve yazılı unsurlarını yapısal olarak tanımlamaya yarar.

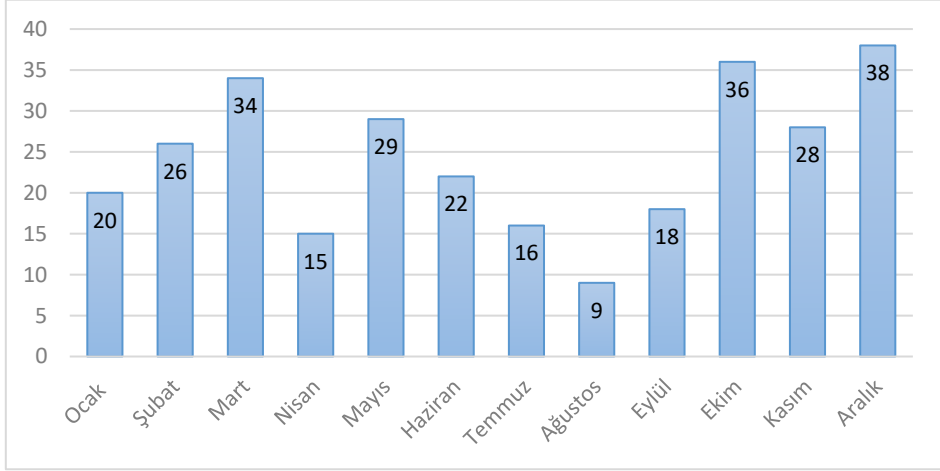
Bu araştırmanın verileri, Bayburt Üniversitesi kurumsal web sitesinde (www.bayburt.edu.tr) yer alan haberlerden, Instagram (@bayburtedutr) ve YouTube (@bayburtedutrr) kurumsal hesaplarındaki içeriklerden 01 Ocak-31 Aralık 2022 tarihleri arasındaki 12 aylık sürede paylaşılanlar tedarik edilmiştir. Sosyal medya faaliyetlerinin Instagram ve YouTube hesabıyla sınırlandırılmasının nedeni, Bayburt Üniversitesinin kurumsal Twitter ve Facebook hesaplarında da Instagram hesabındakilerle aynı içeriklerin paylaşılmış olmasıdır. Instagram, Facebook ve Twitter’den daha fazla etkileşim alması nedeniyle veri sahası olarak belirlenmiştir. Sosyal medya iletişim stratejisine göre Bayburt Üniversitesinin üç platformda da aynı içeriği paylaşma politikası söz konusudur.

Araştırma verileri, kategorisel olarak tasarlanan bazı ölçüm başlıklarını içeren kodlama cetveli ile iki araştırmacı tarafından toplanmış; yaygın içerik analizi uygulamalarında olduğu gibi (Sowne-Wamboldt, 1992; White & Marsh, 2006), kategorisel uyumundan şüphe edilenler üç araştırmacının kontrolünde var olan kategorilere dağıtılmış ya da çözümlemeye yeni bir kategori eklenmiştir. Kodlama cetveli verileri kategorisel analiz tekniğiyle analiz edilmiş ve frekans değerleri verilmiştir. Kategorisel analiz sürecinde, Stemler’in (2000) yaklaşımındaki şekliyle kodlama birimleri/kategoriler arasındaki ilişki aslına uygun olarak gözetilmiş, güvenilirlik/stabillik için araştırmacıların kodlama biçimlerinin uyumu tesis edilmiş ve yeniden üretilebilirlik/geçerlik açısından tüm kategorilerin en genel kapsama erişmesi hedeflenmiştir.

Bulgular: ‘Güvenli Şehrin Eğlenceli Üniversitesi’nin Markalama Stratejileri

Haber Odaklı Markalama Stratejisinin İçerik Bulguları

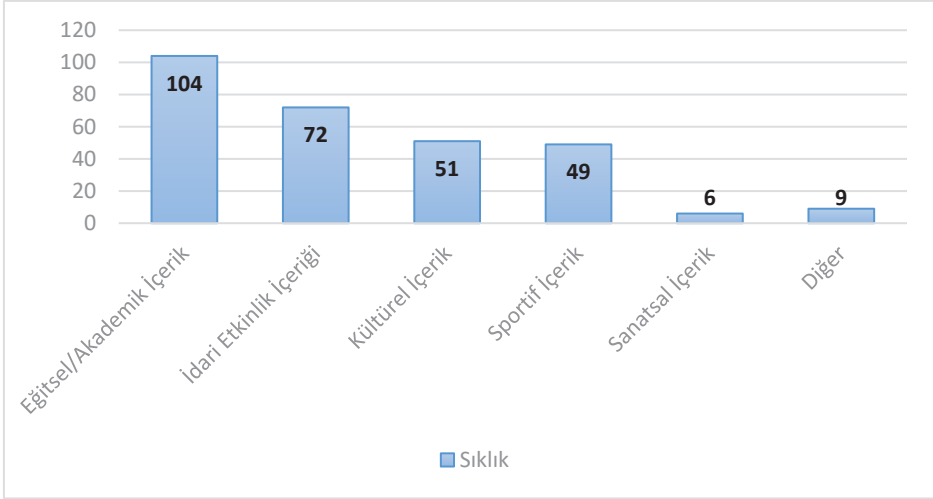
Bayburt Üniversitesi kurumsal web sitesinden 2022 yılı süresince paylaşılan haberlere dair sayısal veri dağılımı aşağıdaki Grafik 1’de verilmiştir. Bu dağılım hem sayısal yoğunlaşmayı hem de habere dayanan enformatik pazarlama stratejisinin hangi dönemlere yayıldığını göstermesi bakımından önemlidir.



Grafik 1: Kurumsal Haberlerin Aylara Göre Dağılımları

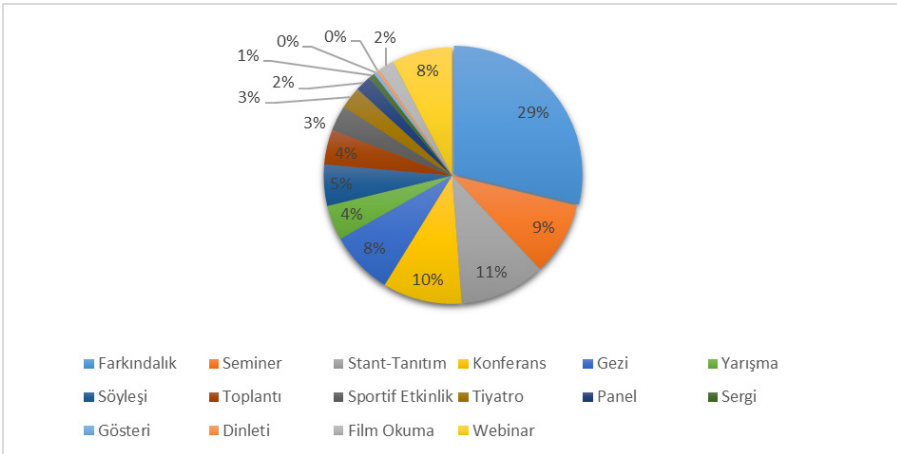
Grafikteki veriler genel olarak tatil dönemlerinde azalan bir seyirle birlikte aktif dönemlerde birbirine yakın sayılarda bir sistemli haber paylaşım yaklaşımı olduğunu göstermektedir. Bu yaklaşım çerçevesinde tespit edilen toplamda 291 haberin Aralık, Ekim ve Mart aylarında her gün birden fazla haber ortalamasıyla paylaşıldığı görülmektedir. Paylaşım aritmetiği, hedef kitleyle sürdürülebilir ve periyodik bir enformatik ilişkiyi sağlayacak içerik üretimi koşulunun sağlandığına işaret etmektedir.

Grafik 2’de ise haberlerin hangi konsept etrafında konumlandırma içerdiğine dair dağılım verilmektedir.



Grafik 2: Kurumsal Haberlerin İçerik Kategorisine Göre Dağılımları

Bayburt Üniversitesi haberlerinin genel çerçevesinde eğitsel içerik baskınlığı görülürken, üst yönetime odaklanan idari etkinlikler de önemli bir yer tutmuştur. Ancak kültürel ve sportif içeriklerin haber düzeyindeki temsil yoğunluğu, özellikle spor alanında öne çıkan bir konumlandırma stratejisiyle ilintilidir. Neredeyse tüm haber formlarını bir etkinlik temelinde öne çıkaran Bayburt Üniversitesi, çeşitlendirilmiş bir spektruma yayılan etkinliklerinde ortak konumu öne çıkarır: ‘Güvenli Şehrin Eğlenceli Üniversitesi’. Aşağıdaki Grafik 3’te, haber çözümlemesi dışında Sağlık, Kültür ve Spor Daire Başkanlığından tedarik edilen 2022 yılına ait 280 etkinliğin genel dağılımı yer almaktadır.



Grafik 3: Kurumsal Etkinliklerin Kategorisel Dağılımları

‘Güvenli Şehrin Huzurlu Üniversitesi’ sloganıyla bölgesel bir konumlandırma mesaj stratejisini resmî olarak lanse eden Bayburt Üniversitesi, bu resmiyet boyutu dışında sosyal medyada, haberde ve diğer tanıtım alanlarında (billboard, raket vs.) ‘Güvenli Şehrin Eğlenceli Üniversitesi’ konseptini etkinlik çeşitliliği ve sosyal imkânlar odağında konumlandırma stratejisi olarak uygular. Yukarıdaki Grafikte görülen dağılım çeşitliliği, öğrenci topluluğu sayısındaki çeşitlilik ve artışla birlikte Bayburt Üniversitesinin önemli bir halkla ilişkiler politikasının sonucudur. Toplamda 92 öğrenci topluluğu 280 etkinlikle ‘eğlenceli üniversite’ konumlandırmasını destekler. Söz konusu konseptle ilişkin görsel tasarım aşağıda verilmiştir.



Haberlerin içerik olarak destekledikleri ‘Güvenli ve Eğlenceli Üniversite’ konseptini ‘eğitsel/akademik’ olarak destekleyen konumlandırma bağlamı ise ‘Şampiyonların Üniversitesi’ ve ‘Proje Seferbirliği’ vurgusu ile tamamlanır. Spor ve akademi alanını tümleştiren bu iki konsept, birçok haberde başlığa ve spota taşınarak konumlandırma amaçlanır¹.

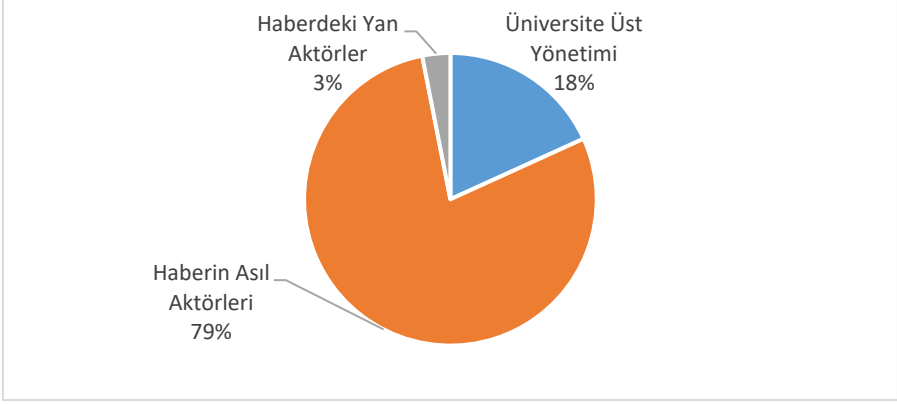
Haberin odağındaki vurgunun bir konumlandırma stratejisi olarak belirginliği, ‘Eğlenceli Üniversite’ konumlandırmasına konu olan etkinliklerin görsellerinde

¹ Sporla ilgili konumlandırma stratejili haber başlıklarından bazıları şöyledir;

“Taekwondo Milli Takımına Şampiyonların Üniversitesinden Altın Destek”, “Boksun Efsanesi Şipal, Jübilesini Şampiyonların Üniversitesinde Yaptı”, “Şampiyonların Üniversitesi Olarak Beştepede’ki Türk Futbol Tarihi Müzesi Açılışındaydık”, “Şampiyonların Üniversitesi Altın Madalya Geleneğini Bowling Branşında da Sürdürdü”, “Şampiyonların Üniversitesinde, Dünya Şampiyonu Öğrencimiz Busenaz Sürmeneli’yi Ağırladık”. Proje Seferbirliği hakkında paylaşılan bazı haber başlıkları ise şöyledir;

“Proje Seferbirliği: Özel Öğrencilerle Birlikte Oynayacağız”, “Proje Seferbirliğinde Uluslararasılaşma: Avrupa Birliği Projeleri Eğitimi Yeni Ufuklar Vadediyor”, “URAP 2022: Proje Seferbirliği Vizyonu Üniversiteler Sıralamasında Belirleyici Oldu”, “Proje Seferbirliğimiz TÜBİTAK Destekli Eğitim Etkinlikleriyle Güçleniyor”, “Proje Seferbirliği: TÜBİTAK Destekli Projelerimiz Arasına İki Yenisi Daha Eklendi”.

ve içerikte hangi aktörün öne çıkarıldığıyla da ilgilidir. Bu sebeple haberin görselinde öne çıkan aktör temsiliyetini gösteren aşağıdaki Grafik 4, konumlandırmanın fiilî altyapısını sunmaktadır.

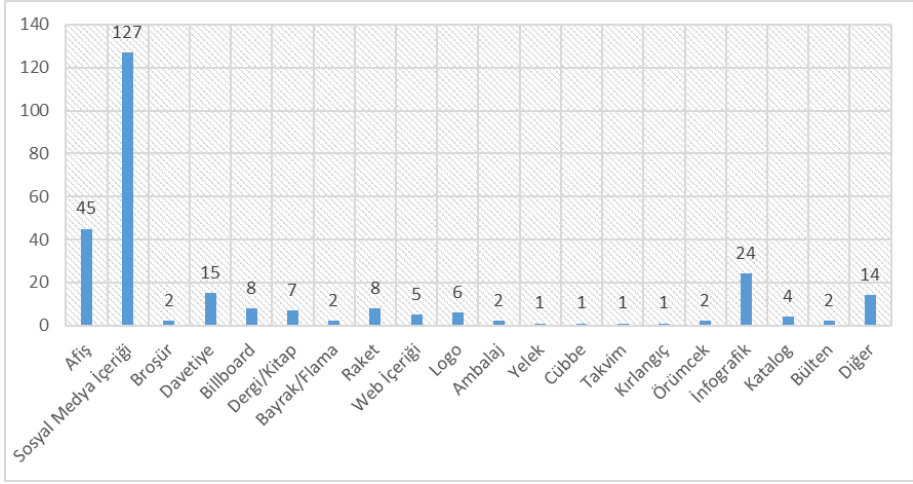


Grafik 4: Haber Görsellerinde Öne Çıkan Aktörün Kategorisel Dağılımları

Haber görsellerinin büyük oranda (%79) asıl aktörler odağında olması, konumlandırma stratejisi ile aktör uyumunun sağlandığını gösterir. Üniversite üst yönetimi, idari sürecin parçası olarak asıl aktörlerden sonra konumlandırılarak mesajdaki vurgunun görsel temsili açısından doğru bir yaklaşım belirlenmiştir. Etkinlikler ve onları hayata geçiren aktörler, eğlence vurgusunu idari temsilcilerinin ‘ciddiyet’ ve ‘resmiyet’ standartlarının ötesinde ve dinamizm etkisinde kurabilmiştir.

Haber kategorisi çözümlenmesini tamamlamadan evvel, haberlerde ve sosyal medyada kullanılan grafik tasarım etkisinin görsel boyutuna dair bir not düşmekte fayda vardır. Çünkü Bayburt Üniversitesi haberlerinde konumlandırma stratejisinin bir ürünü olarak infografi ya da özel tasarımlı görsellemeler öne çıkmaktadır. Bu görsellemelerin önemli bir kısmı sosyal medya paylaşımlarına hitap eder gibi görünseler de haberlerde de görselleştirilmiş metin uygulamalarına katkı sunmaktadır.

Aşağıdaki Grafik 5'te Bayburt Üniversitesi grafik tasarım ekibinin faaliyet raporlarına aktarılan görsel tasarım performansına ilişkin veriler sunulmaktadır.

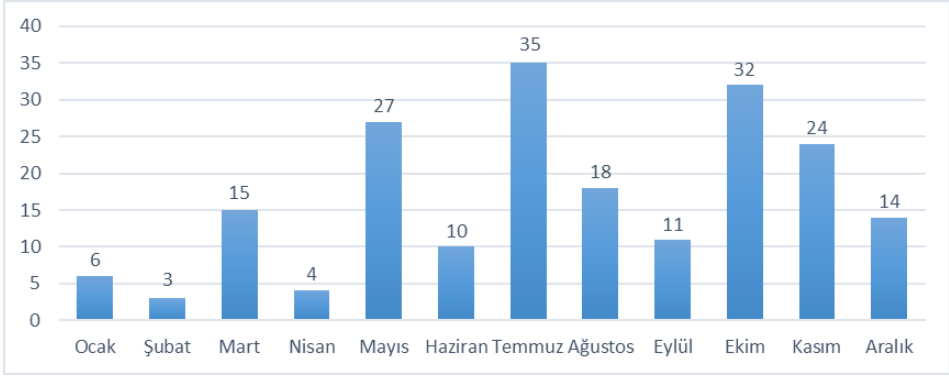


Grafik 5: Bayburt Üniversitesinin 2022 yılı Grafik Tasarım Performans Göstergeleri

Toplamda 277 olarak görülen tasarım performansı içinde sosyal medya tasarımı kategorisine dahil edilen infografiler, bir haber anlatım tekniği olarak vurgulu mesajları ön plana çıkararak etkili konumlandırma araçlarıdır. Nitekim yalnızca grafik tasarım performansındaki yoğunluk dahi, üniversiteyi temsil edecek olan görsellerin kendi başına bırakılmadan bir tasarım olarak amaca yönlendirildiğini gösterir. Görsel tasarım yoğunluğu, imajın konumlandırma ile ilişkisini pozitif katmanda değerlendirmek için yetkin bir veri setidir.

Sosyal Medya Odaklı Konumlandırma Stratejisinin Bulguları

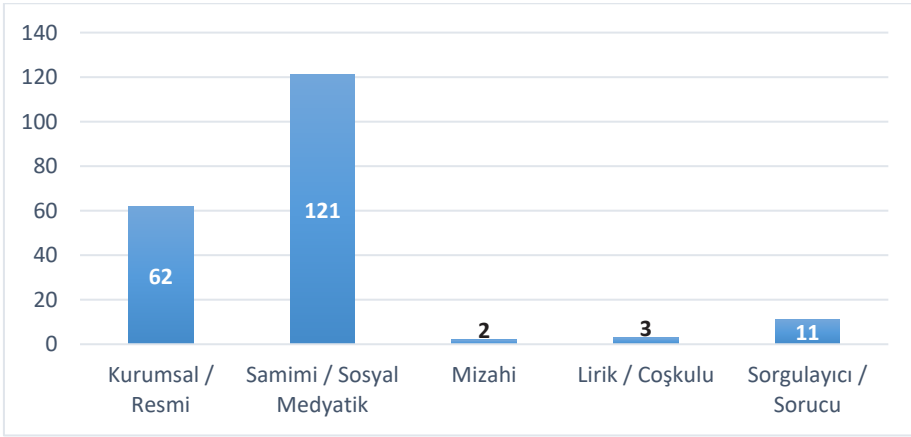
Bayburt Üniversitesinin sosyal medyadaki markalama çalışmalarına yönelik bir çerçeve sunan konumlandırma stratejileri, öncelikle Instagram sahasındaki veri analitiği ile başlamıştır. Aşağıdaki Grafik 6, Instagram sahasındaki verilerin sayısal dağılımını göstermektedir.



Grafik 6: Instagram Hesabından Paylaşılan İçeriklerin Sayısal Dağılımları

Grafikteki veriler, haberlerden farklı olarak dönemin pasif olduğu Temmuz gibi dönemlerde de tanıtım amaçlı konumlandırma çalışmalarında Instagram'ın aktif kullanıldığını gösterir. Toplamdaki 119 içeriğin yaz dönemi ile akademik yıl başlangıcını kapsaması, potansiyel öğrencileri hedefleyen mesaj politikasına da işaret etmektedir. Öğrenci alımlarının yavaşladığı ara dönemde paylaşım sıklığı da buna bakarak düşer.

Aşağıdaki Grafik 7, Instagram paylaşımlarındaki konumlandırmanın altlığını tamamlayan dil yapısını göstermektedir.

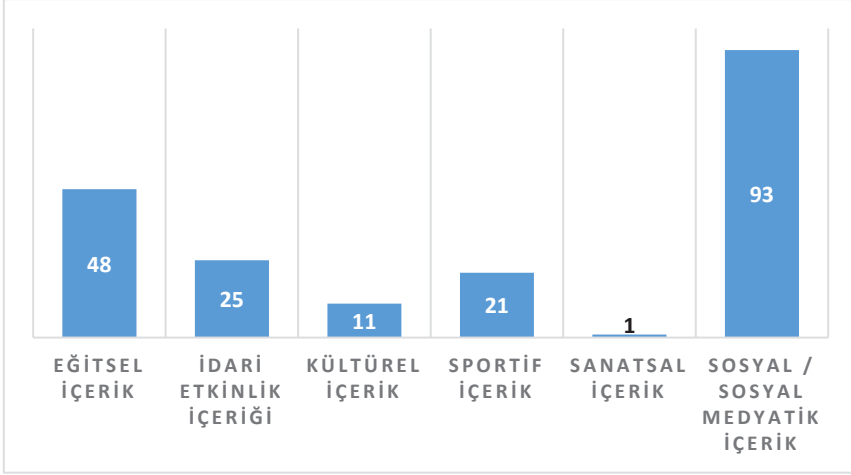


Grafik 7: Instagram Paylaşımlarındaki Dil Kullanımının Kategorisel Dağılımları

Grafik verileri, Bayburt Üniversitesinin bir devlet kurumu geleneğince ve sektörel kurumsal itibar algısı çerçevesinde kurumsal resmî dili koruduğu içeriklerin dışında, sosyal medyanın doğasına uygun samimi ve sosyal medyatik bir dili daha öncelikli tuttuğunu gösterir. Bu veriler, 'Eğlenceli Üniversite'

konseptiyle tutarlı ve kapsamlı dönüşümün yalnızca stratejik tasarımda değil, pratikte de uygulandığını gösteren verilerdir.

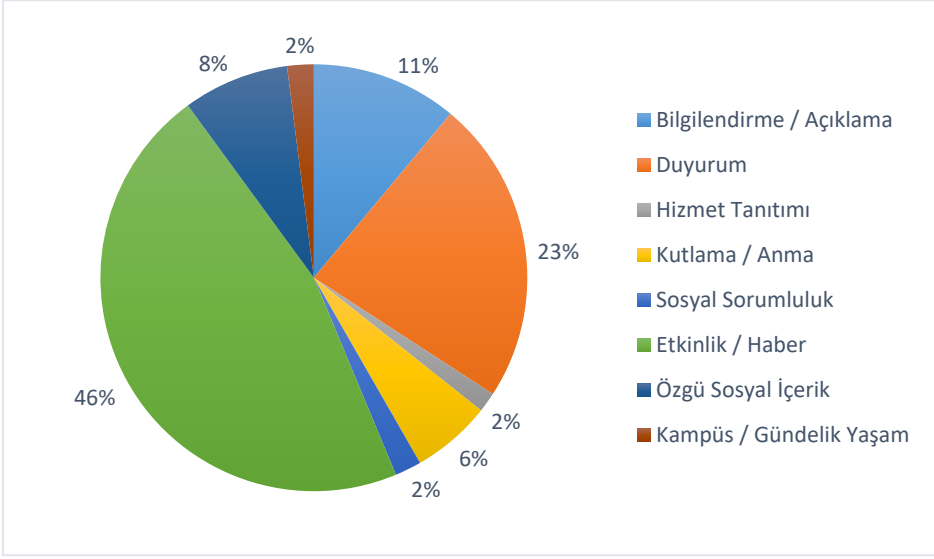
Aşağıdaki Grafik 8’de ise Instagram sahasındaki paylaşımların içerik yapısına dair veriler sunulmuş ve böylece konumlandırma stratejisinin kategorisel dayanakları incelenmiştir.



Grafik 8: Instagram Paylaşımlarındaki İçerik Dağılımları

Sosyal medyada haberle bir metinler-arası ilişki kurulmasına rağmen türel özgünlüğe yönelim gösterildiğini kanıtlayan grafik verileri, haberdeki bazı konseptleri içeriğe taşıyan paylaşımlar ötesinde yalnızca sosyal medyaya hitap eden özgün içeriklerin baskın bir iletişim stratejisi olduğunu gösterir. Instagram, tüm etkinliklerin içerik olarak dönüştüğü bir alan olmanın yanı sıra sosyal medya dışındaki mecralarda görülmeyen bazı içerikleri de bolca barındıran iletişim platformu özelliği taşımıştır.

Instagram paylaşımlarının da tıpkı kurumsal haberler gibi etkinlik odaklı ‘Sosyal ve Eğlenceli Üniversite’ konseptini konumlandırmaya çalıştığını gösteren bir diğer veri detayı ise aşağıdaki Grafik 9’da dağılımı verilen tematik kategorilerdir.



Grafik 9: Instagram Paylaşımlarındaki Tema Dağılımları

Grafikteki kategorisel dağılım, etkinlik (%46) ve duyurum (%23) vurgularının diğer temalardan daha fazla tercih edildiğini gösterir. Farklı temalara bölünen sosyal medyatic iletişim stratejisinde en genel çatı, eğlence ve sosyalliği içerirken, diğer alt konseptler olan ‘şampiyonluk’ ve ‘proje odaklılık’ destekleyici kolon görevi görmektedir. Aşağıdaki tasarımlarda, üniversitenin özellikle ‘Şampiyonların Üniversitesi’ ve ‘Proje Seferbirliği’ konseptine yönelik vurgular vardır.



2022-2023 BÜTÜNLEŞİK VİZYON

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarıyla Bütünlüme Yılına Başlarken...

2021-2022 Projeler ve Şampiyonluklar Yılında Ne Yaptık?



NEDEN BAYBURT ÜNİVERSİTESİ ?

1 Güvenli ve Ekonomik Bir Şehirde Eğitim Alma İhtiyacı

2 Barınma, ulaşım, sağlık, eğitim ve diğer ihtiyaçların karşılanması

3 Yaşam kalitesinin artırılması için barınma, ulaşım, sağlık, eğitim ve diğer ihtiyaçların karşılanması

4 Kompleks içinde barınma, ulaşım, sağlık, eğitim, barınma, sağlık, eğitim gibi ihtiyaçların karşılanması

5 Spor tesisleri, eğitim alanları, bowling salonu, okçuluk alanları, tenis kortları, barınma gibi modern sosyal ve sportif tesislerin kurulması

Güvenli Şehir Huzurlu Üniversitesi

Neden Bayburt Üniversitesi?

Dijital hizmetlerle donatılmış milyonlarca kaynağa erişimi olan çağ ötesi bir kütüphanede, gün ışığı deneyimiyle kitap okumayı, ders çalışmayı ya da araştırma yapmayı hangi öğrenci istermez ki?

429,27 Öğrenci başına düşen elektronik kaynak sayısı
Türkiye'de 2. sıradayız.

100 Üzeri kaynağa sahip 14 devlet üniversitesinden biriyiz.

Dijital hizmetlerde YÖK'ün beşlilerde 8 pilot üniversite arasındayız.

Basılı Kaynaklar

- 105.000 Kitap Sayısı
- 428 Basılı Tez
- 3446 Basılı Dergi

Elektronik Kaynaklar

- 32 Elektronik Yenilenebilir Enerji
- 150.000 E-Kitap
- 150.000 E-Dergi
- 3.000.000 Elektronik Kaynak

Süreli Yayınlar

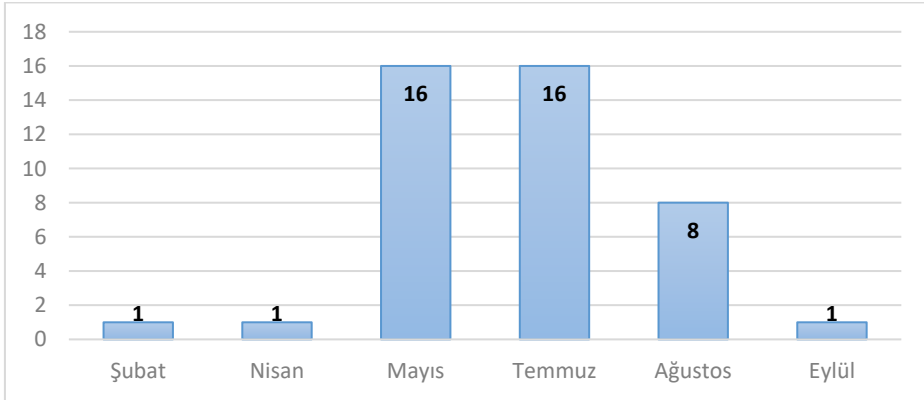
- 16 Akademi Dergi
- 1 Güncel Gazete
- 4 Güncel Tutarıcı Gazete

Görsellerden de anlaşılacağı üzere Bayburt Üniversitesinin konumlandırma stratejilerini desteklemek için hazırlanan bazı serilerde kütüphanedeki eser sayısı ve sosyal olanaklarla da bir çerçeve çizilmesi söz konusudur. Ayrıca 2022-2023 akademik yılı 'bütünlüğe vizyon' adı altında Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına ilişkin bir konumlandırma sunulmuştur. Konumlandırma stratejilerini destekleyecek ek iletişim konseptlerini sürece uyarlayan üniversite, eğlenceli kimliğini yalnızca veri olarak vurgulamak yerine tasarımdaki ambiyans olarak da vurgular. Aşağıdaki görsel, bu ambiyansı örneklemek içindir.



Görselden de anlaşılacağı üzere mezunlara hitap eden bir duyuru kartı, hem metinler-arası hem de sosyal medyatik göstergelerle sunulmuştur. İronik ve samimi mesaj dili, sosyal medya kültürüyle uyumludur.

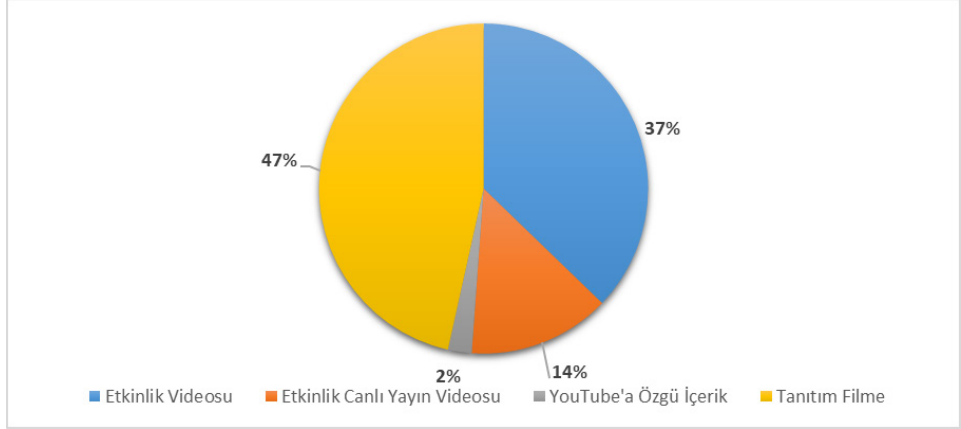
Aşağıdaki Grafik 10’da ise YouTube metriklerinden ilki olan paylaşım sayısı ve aylara göre dağılım verileri sunulmaktadır.



Grafik 10: YouTube Paylaşım Sayılarının Aylara Göre Dağılımı













YouTube’deki video paylaşım sayıları Instagram’daki kadar sık olmayan Bayburt Üniversitesi, temel olarak bahar şenlikleri ve üniversite tercih dönemlerinde videolar paylaşmaktadır. 2022 yılında gözlenen toplan 43 videonun önemli bir kısmı Mayıs şenliklerini ve Ağustos tercihlerini kapsamaktadır.

Aşağıdaki Grafik 11’de YouTube’da paylaşılan videoların tematik yapısına dair dağılım verilmektedir.

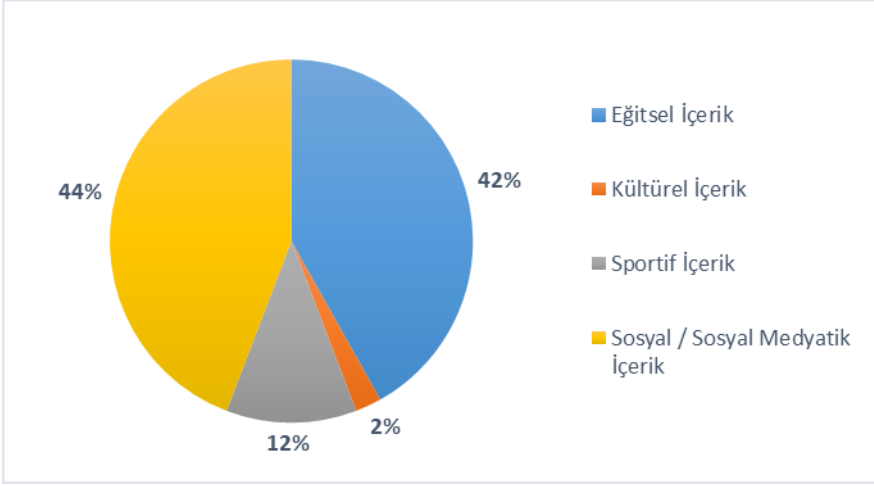


Grafik 11: YouTube Paylaşımlarının Tematik Dağılımları

Videoların tematik dağılımında öne çıkan temalar, tanıtım filmi (%47) ve etkinlik videosudur (%37). Kurgusal formda verilen bu temalar üç temel kategoride yoğunlaşır: genel tanıtım filmleri, bahar şenliklerine ilişkin ‘eğlenceli üniversite’ konumlandırması ve kampüsü öne çıkararak tanıtım filmi konumlandırması. Aşağıdaki görsellerde, üç temel kategoride yoğunlaşan bu konumlandırma stratejisinin video başlıkları verilmektedir.

	5. Dede Korkut Bilim, Kültür, Sanat ve Spor Şenlikleri 4.Gün 44 görüntüleme · 9 ay önce		Başan Hikayeleri: Ehra'm'a Nakşedilen Bir Hayat... 498 görüntüleme · 5 ay önce
	5. Dede Korkut Bilim, Kültür, Sanat ve Spor Şenlikleri 3.Gün 32 görüntüleme · 9 ay önce		Bayburt Üniversitesi Kampüsü Tanıtımı 2022 2,7 B görüntüleme · 7 ay önce
	5. Dede Korkut Bilim, Kültür, Sanat ve Spor Şenlikleri 2.Gün 26 görüntüleme · 9 ay önce		Kampüse Hayat Ver - Tanıtım Filmi 1,8 B görüntüleme · 7 ay önce
	5. Dede Korkut Bilim, Kültür, Sanat ve Spor Şenlikleri 1.Gün 51 görüntüleme · 9 ay önce		Bayburt Üniversitesi 2022 - 2023 Eğitim Öğretim Yılı BESYO Özel Yetenek Sınavı... 4,3 B görüntüleme · 7 ay önce
	5. Dede Korkut Bilim, Kültür, Sanat ve Spor Şenlikleri Sponsorları 191 görüntüleme · 10 ay önce		İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi 473 görüntüleme · 7 ay önce
	Bayburt Üniversitesi Tanıtım Filmi - 2022 3,8 B görüntüleme · 11 ay önce		Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu 515 görüntüleme · 7 ay önce

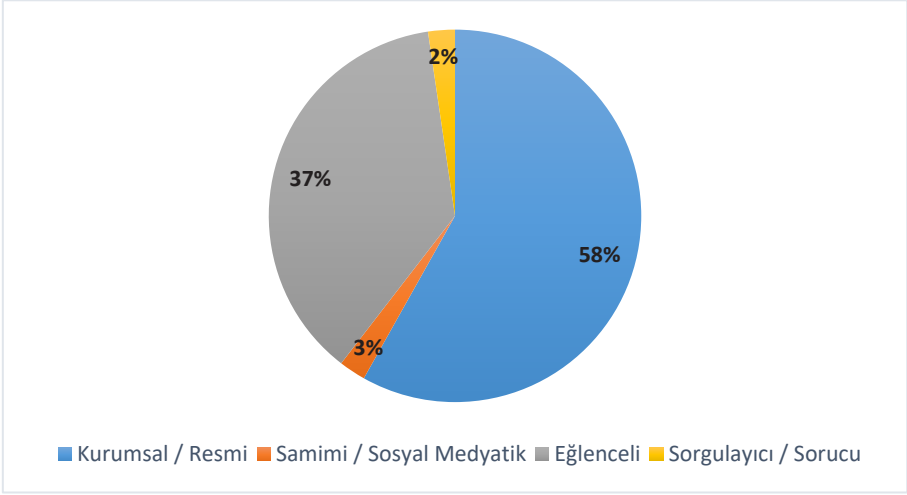
Klasik tanıtım filmleri dışında modern ve teknolojik donanımı yüksek olan Bâbertî Külliyesine özel bir konumlandırma stratejisi güden Bayburt Üniversitesi aynı zamanda bahar şenliklerini anlatan günlük eğlenceli videolarla sosyal ve ‘etkin’ üniversite mesajını vermeyi hedeflemiştir. Nitekim etkinlik odaklı video paylaşım yaklaşımı, içerik yapısında da tıpkı Instagram’da ve haber metinlerinde olduğu gibi belirgindir. Aşağıdaki Grafik 12’de bu belirgin dağılım verilmektedir.



Grafik 12: YouTube Paylaşımının İçerik Dağılımları

Paylaşımın içerik dağılımlarını gösteren veriler, ortak bir enformatik kontrol ve konumlandırma mesaj stratejisi gereğince diğer mecralardaki iletişim faaliyetleriyle ortak özellikler taşır. İçeriklerin yarısına yakın miktarı (%44) sosyal medyaya özgü içerik tipi olarak mecranın doğasına uygun bir iletişim tarzı benimsendiğine işaret eder.

Son olarak aşağıdaki Grafik 13’de paylaşımı tamamlayan bir tanımlayıcı olan dil yapısının verileri yer almaktadır. Bu veriler, içerikteki görsel temsile bir jenerik ve başlık oluşturan makro anlatı bağlamı olarak önemlidir.



Grafik 13: YouTube Paylaşımlarının Dil Yapısı Dağılımları

YouTube’da içeriği tanımlayan dil yapısının kurumsal ve resmî yoğunluklu (%58) görünmesi, genel tanıtım videolarının yanı sıra birim bazlı kısa tanıtım videolarına da yer verilmiş olmasıdır. Bunun yanı sıra özellikle şenlik videoları ve kampüs tanıtım videoları sosyal medyatik ve samimi bir dil (%37) çerçevesinde öne çıkmaktadır. Video konseptlerinde sosyal medyaya özgü dile ağırlık verilmesi, konumlandırma esaslarını güçlendirmektedir.

Sonuç

Tüm dünyada yerler ve şehirler hakkındaki sempati ve algı, görsel medya sistemindeki etkileşimler olarak yayılırken, Bayburt’un bu sistemdeki karşılığı marka ve itibar değeri olarak ‘aşırı olumsuzluk ile farkındalık eşliğinin altında olma’ (Keskin, Uzun & Taş, 2020) arasında çifte yokluk halindedir. Bu durumun dayattığı dezavantajlılığa karşı bir kurumsallaşma ve büyüme stratejisi güden Bayburt Üniversitesi ise bulgularda gözlemlendiği üzere sporu, proje üretimini ve öğrenci odaklılığı vurgulayan yeni bir marka konumlandırma stratejisine geçmektedir. ‘Şampiyonların Üniversitesi’ ve ‘Proje Seferberliği’ gibi bazı temel konumlandırma mesaj stratejileri çerçevesinde sunulan markalama biçimi, üniversitenin görsel sunumunda bir slogan paradigması değişimine de vurgu yapmaktadır. Artık Bayburt Üniversitesi kendini yalnızca ‘Güvenli Şehrin Huzurlu Üniversitesi’ olarak değil ‘Güvenli Şehrin Eğlenceli Üniversitesi’ olarak da lanse etmektedir.

Bu araştırmanın bulguları, Bayburt Üniversitesinin türdeş yönelimli üniversitelerle belirgin rasyonel farklılıklar üretmemesine karşın kurumsal itibarını algısal konumlandırmaları esas alan bir üniversite markalama stratejisi

üzerine inşa ettiğini gösterir. Rauschnabel ve diğerleri (2016), bugünün üniversite markalama süreçlerinde altı temel boyut olduğunu savunur: prestij, samimiyet, görünürlük, canlılık, dürüstlük ve kozmopolitlik Prestij, itibarla yakın ilişkide olan hatta çoğu zaman itibar kavramına ikame edilen bir marka özelliği olarak imajın en önemli ölçüm merkezidir. Diğer tüm özelliklerle birlikte Bayburt Üniversitesinin en önemli stratejisi, bulgulara tespit edildiği üzere ‘görünürlük yoğunluğudur’. Sosyal medya hesapları ve haber kanallarını aktifleştiren ve nicel yoğunluğu artıran Bayburt Üniversitesi, kozmopolit bir üniversite imajını vermek amacıyla yukarıda tanımlanan tüm boyutlara uygun bir üslup benimser. Nitekim kurumsal haberlerini yalnızca web sitesinde yayımlamakla sınırlı kalmaz; yerel ve ulusal basın kuruluşlarına servis eder.

Üniversite markalamasının genellikle kamu ve vakıf üniversitesi ayrımında düşünüldüğü bir rekabet ortamında, devlet üniversitelerinin daha az yoğunluklu marka çalışmasına ihtiyaç duydukları varsayılmaktadır. Örnek vermek gerekirse özel üniversitelerde marka beklentisi itibar, kişisel etkileşim, tesis imkanları, maliyetler gibi başlıkları baz alırken kamu üniversitelerinde bu kategoriler programlar, spor imkanları, itibar, yaşam maliyeti, ağırlama ve yurt imkanları özelinde değişmektedir (Joseph vd., 2012). Bayburt Üniversitesinin markalaşma çalışmalarının genel bir çerçevesi gibi görünen bu kategorik tespitler, paydaşların ve ağır bürokrasi yaklaşımlarının manevra alanlarını tıkaması (Dholakia & Acciardo, 2014, s. 145) nedeniyle özel üniversitelerden farklılığı vurgular.

Üniversite markalaması yalnızca dışsal yönde genişleyen bir süreç olmaması ve ‘içsel markalaşma’ (Judson vd., 2008, s. 56-57) olarak bilinen kavramın önem kazanması, iç hedef kitle nazarındaki itibarı ve marka değerini önemli hale getirir. Çünkü marka ve itibar ilişkisi, çalışma motivasyonu ve bağlılık açısından fırsattır. Bölgesel üniversitelerde çalışan bağlılığı ve memnuniyetinin görece az olması, içsel markalama değerinin yüksek olmayışına dayandırılmaktadır (Waeraas & Solbakk, 2009). Bayburt Üniversitesinin de yer aldığı ‘taşra kenti üniversitelerinin’ genel sorunu, akademik ve idari personelinin uzun yıllar süren kurumsal aidiyeti ve motivasyonu sağlayamamasıdır. Sürekli personel sirkülasyonu anlamına gelen bu durumda iç hedef kitlenin megapol yönünde bir hareketlilik talep etmesi, içsel markalaşmayı daha önemli hale getirir. Bu araştırmanın sonuçları, Bayburt Üniversitesi ile aynı kaderi paylaşan taşra kenti üniversitelerinin içsel markalaşma sorunlarını bilimsel tespitlere dayandırması bakımından da önem arz eder. Nitekim birçok üniversitede sadece öğrenci odaklı düşünülen içsel markalaşma süreci, potansiyel ve mevcut çalışanları, tayin olmuşları pek kapsamaz (Jevons, 2006). Son yıllarda kalite geliştirme ve entegre kalite sistemleri çerçevesinde mezun ilişkilerini ve diğer personellerle kurulan bağları geliştirme çabası, içsel markalaşmanın da bir göstergesidir.

Bayburt Üniversitesi, pazarda rasyonel farkı ve niteliği arka plana iten bir mesaj stratejisi olan konumlandırma (Kalafatis, Tsogas & Blankson, 2000) sayesinde dezavantajlı konumunu lağvedebilir. Özetle, Bayburt Üniversitesi kodlama/temsil düzeyinde teoriyle uyumlu bir mesaj konumlandırma stratejisi ve bu stratejiyi merkeze alan bir markalama entegrasyonunu başarılı kabul edilecek boyutlarda uygular. Ancak bu entegrasyonun kod açılımı/alımlama düzeyinde nasıl gerçekleşeceğine dair bir etki araştırması için veri toplamak önem arz eder. Çünkü kodlamanın hedeflediği algısal konumun tespiti, ancak söz konusu hedefin katılımıyla anlaşılır.

Bayburt Üniversitesinin konumlandırma mesaj stratejisi, diğer mesaj stratejileriyle bütünleşik bir form oluşturduğunda başarıyı artıran bir rekabet gücüne dönüşebilir. Taylor'un (1999), genelleyici, önleyici ve USP (Eşsiz Satış Teklifi) mesaj stratejilerini de yeri ve mecrasına göre kullanmak, dezavantajların telafisinde etkili olacaktır. Çünkü faaliyet alanına ilişkin içerik pazarlama stratejileri, proaktif önlemler ve şehrin kültürüne özgü rasyonel farklar da konumlandırma etkisinin yükselmesini sağlayacaktır. Konumlandırma stratejisinin yalnızca yerel pazarla sınırlı olmadan küresel/uluslararası pazarda bir rekabeti tesis etmesi (Gray, Shyan-Fam & Llanes, 2004), kü-yerelleşen dünya koşullarında ve pazar eğilimlerinde olağan dışı değildir.

Bayburt Üniversitesinin kurumsal markalama ve itibar faaliyetlerinde öne çıkan konumlandırma mesaj stratejilerinin hikayesini tespit eden bu araştırma, birçok bileşenin önüne geçen en önemli faktörün geri planda kaldığını da tespit etmiştir. Maringe'ye (2006) göre, üniversitelerde öğrenci olmanın fiyat ve maliyet endeksi diğer tüm karma bileşenlerin önüne geçmektedir. Bu nedenle Bayburt Üniversitesi, şehirdeki maliyet ve fiyat endesklerinin görece düşük oluşunu bir konumlandırma stratejisi olarak konumlandırabilir. Güvenli, huzurlu, eğlenceli, sporda şampiyonluk vadeden, sosyal kampüslere sahip olan ve proje odaklı eğitim sunan bir üniversite konumlandırmasına ucuz ve düşük maliyetlerle okunabilir bir üniversite konumlandırması eklendiğinde beklenen etki özellikle bölgesel düzeydeki sosyo-ekonomik yapıda kuvvetlenebilir.

Kaynakça

- Aysen, E., Yaylı, A., & Helvacı, E. (2012). Üniversitelerin marka kişiliği algısının belirlenmesi üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 182-204.
- Bunzel, D. L. (2007). Universities sell their brands. *Journal of Product & Brand Management*, 16(2), 152-153.
- Chan, A., Suryadipura, D. & Kostini, N. (2021). City image, city branding and city identity strategies. *Integrative Business & Economics*, 10(1), 330-341.
- Chapleo, C. (2010). What defines “successful” university brands?. *International Journal of Public Sector Management*, 23(2), 169-183.
- Deniz, E. (2010). *Markalaşma ve reklam*. Kum Saati.
- Dholakia, R. R. & Acciardo, L. A. (2014). Branding a state university: Doing it right. *Journal of Marketing for Higher Education*, 24(1), 144-163.
- Downe-Wamboldt, B. (1992). Content analysis: method, applications, and issues. *Health care for women international*, 13(3), 313-321.
- Drisko, J. W., & Maschi, T. (2016). *Content analysis*. Pocket Guide to Social Work Re. Oxford University Press.
- Erarslan, I. (2015). Üniversitelerin uluslararası görünürlüğü: akademik performans ve üniversite marka değeri ilişkisi. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 37-47.
- Gray, B. J., Shyan Fam, K., & Llanes, V. A. (2003). Branding universities in Asian markets. *Journal of product & brand management*, 12(2), 108-120.
- Harris, T. & Whalen, P. (2009). *21. yüzyılda pazarlama profesyonelinin halkla ilişkiler el kitabı*. Serra Görpe (Çev.) MPR Pazarlama.
- Iqbal, M. J., Rasli, A. B. M. & Hassan, I. (2012). University branding: A myth or reality. *Pak. J. Commer. Soc. Sci.*, 6(1), 168-184.
- Javani, V. (2016). University branding: A conceptualizing model. *International Journal of Academic Research and Social Sciences*, 6(4), 227-232.
- Jevons, C. (2006). Universities: A prime example of branding going to wrong. *Journal of Product and Brand Management*, 15(7), 466-467.
- Joseph, M., Mullen, E. W. & Spake, D. (2012). University branding: Understanding students’ choice of and Educational Institution. *Journal of Brand Management*, 20(1), 1-12.
- Judson, K. M., Aurand, T. W., Gorchels, L. & Geoffrey, L. G. (2008). Building a university brand from within: University administrators’ perspectives of internal branding service. *Marketing Quarterly*, 30(1), 54-68.
- Kalender, A. & Fidan, M. (2008). *Halkla ilişkiler*. Tablet.
- Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding*, 1(1), 58-73.
- Keskin, S., Uzun, İ. & Taş, E. (2020). *Küçük şehir, mega öteki Bayburt: Mega*

- kentlerdeki medyatik hafıza ve tele-gerçeklik bilinci üzerine. *Literatürk Academia*.
- Krippendorff, K. (1989). Content analysis. In E. Barnouw, G. Gerbner, W. Schramm, T. L. Worth, & L. Gross (Eds.), *International encyclopedia of communication* (Vol. 1, pp. 403-407). New York, NY: Oxford University Press.
- Lowry, J. R., & Owens, B. D. (2001). Developing a positioning strategy for a university. *Services Marketing Quarterly*, 22(4), 27-42.
- Lucarelli, A. & Berg, P. (2011). City branding: A state of the art review of the research domain. *Journal of Place Management & Development*, 4(2011), 9-27.
- Maresava, P., Hruska, J. & Kuca, K. (2020). Social media university branding, *Education Sciences*, 10(74), 1-14.
- Maringe, F. (2006). University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing. *International journal of educational management*, 20(6), 466-479.
- Mayring, P. (2004). Qualitative content analysis. *A companion to qualitative research*, 1(2), 159-176.
- Okay, A. & Okay, A. (2007). *Halkla ilişkiler ve medya*. Mediacat.
- Pinar, M., Trapp, P., Girard, T. & Bayt, T. C. (2013). University brand equity: An empirical investigation of its dimensions. *International Journal of Educational Management*, 28(6), 616-634.
- Rauschnabel, P. A., Krey, N., Babin, B. J. & Ivens, B. S. (2016). Brand management in higher education: The university brand personality scale. *Journal of Business Research*, 69(8), 3077-3086.
- Rizzi, P. & Dioli, I. (2009). Strategic planning, place marketing and the city branding: The Italian case. *COSCT 2009* (pp. 1-21), Bagazzi University.
- Stemler, S. (2000). An overview of content analysis. *Practical assessment, research, and evaluation*, 7(1), 17.
- Taylor, R. E. (1999). A six-segment message strategy wheel. *Journal of Advertising Research*, 39(6), 7-7.
- Torlak, Ö., & Doğan, V. (2011). Üniversite adaylarının üniversite marka algılarının üniversite tercihlerine etkilerinin ölçümü: Eskişehir örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 12(1), 97-113.
- Ustabulut, M. & Keskin, S. (2018). Uzak şehirlerde kent kimliği, üniversite ve kentsel algı ilişkisi: Bayburt ili örneği. *1. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Yeni Ufuklar Kongresi Bildiriler Kitabı*, 9-11 Nisan 2018, İstanbul.
- Waeraas, A. & Solbakk, M. (2009). Defining the essence of a university: Lessons from higher education branding. *Higher Education*, 57(4), 449-462.
- White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). Content analysis: A flexible methodology. *Library trends*, 55(1), 22-45.

12. Bölüm

Muhasebe Eğitiminde Bilişim Teknolojilerinin Kullanılmasının Gerekliliği

Sulhi ESKİ¹

¹ Dr.Öğr.Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, UBF Lojistik Yönetimi Bölümü,
seski@gelisim.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0879-0089>

1.GİRİŞ

İşletmede gerçekleşen parasal olayların kaydedilmesi, gruplandırılması, özetlenmesi, yorumlanarak analiz edilmesi olarak tarif edilen muhasebe bilimi içerik olarak değişimin aşamasındadır. Dünyadaki çevresel, sosyal, ekonomik, bilimsel ve teknolojik gelişmeler karşısında muhasebe biliminin işlevlerinin yeniden tanımlanması sürecine girilmiştir. Çevresel, sosyal ve ekonomik gelişmeler yakın bir zamanda sürdürülebilirlik muhasebesini ortaya çıkarmıştır. Sürdürülebilirlik finansal olmayan olayların da raporlanmasını gündeme getirmiştir. İşletmede gerek finansal gerekse de finansal olmayan olayların raporlanması raporlamada entegre raporlama sürecini başlatmıştır. Ayrıca Türkiye'deki gelişmeleri açıkça görülen uluslararası finansal raporlama sisteminin en küçük işletmeye kadar uygulanması yönündeki çalışmalar tamamlanmıştır. TFRS, BOBİ FRS ve son olarak KÜMİ FRS yürürlüğe girmiştir. Diğer taraftan kayıt ve belgelerin sistem içinde yer aldığı e-defter, e-fatura, e-irsaliye ve e-arşiv uygulamaları muhasebe kavramı ile muhasebeci mesleğinin niteliğini değiştirmiştir.

İşletmelerde en önemli alanlarından biri muhasebedir. Teknoloji 4.0, yapay zeka, büyük veri, nesnelerin interneti, bulut tabanlı yazılımlar gibi kavramlar muhasebe uygulamalarında teknolojinin kullanılmasını zorunlu bir hale getirmiştir. Bu gelişmeler karşısında nitelikli muhasebecilere ihtiyaç duyulacağı açıktır. Bilişim Teknolojisi muhasebe işlemlerinin kayıt edilmesi, raporlanması ve analiz edilmesinde büyük bir rol oynar. Teknoloji, mal veya hizmetlerin üretiminde veya buna yönelik amaçların gerçekleştirilmesinde kullanılan beceriler, yöntemler, işlemler, teknikler, bilimsel araştırmalar olarak tanımlanır. Çalışmada muhasebe ile teknoloji arasında ele alınacak ilişki bilişim teknolojileri, bilgisayar yazılımları ve yazılım otomasyonu ile sınırlı olacaktır. Geleceğin muhasebecilerin yetiştirilmesi için eğitim kurumlarında verilecek eğitimde teknolojinin kullanılması kaçınılmazdır.

Muhasebenin teknolojik gelişmelere uyum sağlayacak olması muhasebe eğitimine yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Üniversitelerde geleceğin donanımlı muhasebecilerinin yetiştirilmesi için verilecek muhasebe eğitimlerinde bilişim teknolojilerinden yararlanmak gerekmektedir. Muhasebe eğitiminde teknolojinin kullanılması güvenilir bir simülasyon oluşturarak öğrenci ve öğretmenleri destekleyecek olması muhasebenin geleceği önemli bir gelişmedir. Öğrencilere sadece muhasebenin kayıt fonksiyonunu değil etkileşimli bir ortamda analiz ve yorumla yeteneği de kazandırılmalıdır.

Çalışmanın amacı, geleceğin muhasebecilerinin yetiştirilmesi için eğitim kurumlarında teknoloji destekli muhasebe derslerinin verilmesinin gerekliliğini

tespit etmektir. Çalışmanın yöntemi literatürün incelenerek nitel araştırma kapsamında doküman analizidir.

İşletmelerde organizasyona katkı sağlayacak daha verimli muhasebe çalışanları yetiştirmek için üniversitelerin çağın gereklerini dikkate alan teknolojinin dahil olduğu yeni bir muhasebe eğitimi planlaması yapılması kaçınılmazdır.

2. MUHASEBE ALANINDAKİ ZORLUKLAR VE GÜNCEL GELİŞMELER

Muhasebe, tüm paydaşlar ve hissedarlar için finansal bilgileri konsolide etme sürecini açık ve anlaşılır hale getirmek için tanımlanan bir terimdir. Muhasebenin temel amacı, bir işletmenin finansal işlemlerini, finansal performansını, nakit akışlarını kaydetmek ve raporlamaktır. Muhasebe standartları finansal tabloların güvenilirliğini artırır. Finansal tablolar, gelir tablosunu, bilanço, nakit akış tablosunu ve kar dağıtım tablosunu içerir. Standartlaştırılmış raporlama, tüm paydaşların ve hissedarların bir işletmenin performansını değerlendirmesine olanak tanır. Finansal tabloların şeffaf, güvenilir ve doğru olması gerekir (Powell,2022).

Muhasebe; ticari işlemler sonucundaki parasal işlemlerin kaydını tutar, raporlama yaparak sonuçların paydaşlara iletilmesini sağlar, yönetim için karar almasını kolaylaştırır. Parasal işlemlerin kayıtlanması ve raporlanmasıyla yasal gereklilikler de yerine getirilir.

Bilgisayarların kullanılmaya başlanması ile işletmelerin günlük faaliyetleri içeren bilgilerin işlenmesi, saklanması gibi birçok işlemin elektronik ortamda gerçekleştirilmesi mümkün olmuştur.

Muhasebenin asıl amacı bilgi üretmektir. Muhasebe dışında ana hedefi bilgi üretme olan bir başka bölüm yoktur. Teknolojinin kullanılmasıyla üretilen bilgiler karar vericiler açısından son derece önemlidir. Teknoloji ve özellikle dijital teknoloji işgücünde tasarruf sağlayarak muhasebede çalışan sayısını azaltmıştır. Zaman ve işgücünde tasarruf sağlayan bu gelişme yeni hizmetlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Yücel ve Adiloğlu, 2019:55).

Yeni anlayışla muhasebe işletmede;

- Bir plan dahilinde finansal politikaların kontrol edilmesini sağlar.
- Bütçenin hazırlanmasına bilgi akışı sağlar.
- Maliyet kontrolünü sağlar.
- Çalışanların performansının değerlendirilmesine katkı sağlar.
- Dolandırıcılığın ve hataların önlenmesine yardımcı olur.
- Denetim faaliyetlerini kolaylaştırır.

ABD’de yayınlanan kamu muhasebesi mesleğine hizmet veren bir ticaret dergisi olan Accounting Today dergisi tarafından 2021 yılında 325 muhasebe çalışanına anket çalışmasıyla muhasebe alanında yaşanan zorluklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Ankete katılanların %51’i değişen mevzuata uyum sağlamayı, %24’ü yeni teknolojilerin hayata geçirilmesini muhasebe alanında yaşanan zorluklar olarak ifade etmişlerdir (Hood,2021).

2019 yılında dünya çapında 3000 muhasebeciye uygulanan bir başka ankette muhasebecilerin yaklaşık %90’ı gelecek on yılda muhasebenin kültürel bir değişime gireceğine inandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların % 82’si yeni işe alımlarda geleneksel muhasebe uygulayanların değil yeni değişimlere uygun nitelikteki muhasebecilerin tercih edileceğini ifade etmişlerdir. Gelecek on yılda muhasebede beklenen kültürel değişikliğe yol açması beklenen gelişmeler (Sagenext Infotech,2023);

- Teknolojik gelişmeler,
- İş yapma yöntemleri,
- İşe alma uygulamaları,
- Uzaktan çalışma yöntemleri.

Ülke ekonomilerinin sağlıklı ve güçlü yapısı işletmelere de yansyarak sağlıklı finansal raporların hazırlanması ve sunumu için muhasebeci, denetçi ve katkıda bulunan diğer çalışanlara daha fazla ihtiyaç duyulmasını sağlar. Dünyadaki ticari gelişmeler ve yeni düzenlemeler gelecekte muhasebecilere olan talebi de etkileyecektir.

Teknolojinin sınırlı olduğu geleneksel muhasebe tekniklerinin uygulanması maliyetlerin tespitinde olası hatalara sebebiyet vererek işletmede bir takım sorunlara yol açabilir. Duyulan güven eksikliğini gidermek için geleneksel muhasebe tekniklerinin uygulanması daha fazla zaman alır. Sınırlı teknolojinin kullanıldığı geleneksel muhasebe teknikleri yerine bilişim teknolojilerinin yer aldığı muhasebe tekniklerinin kullanılması işletmeleri geleceğe hazırlayacaktır.

Teknoloji daha geniş ve teknik bir tanımdır. Bilişim teknolojileri ise her türlü veri ve bilgiyi oluşturmak, işlemek, depolamak, almak ve değiş tokuş etmek için bilgisayarların kullanılmasıdır. Bilişim teknolojileri, bilgi ve iletişim teknolojisinin bir parçasını oluşturur. Bilişim teknolojisi sistemi (IT sistemi), tüm donanım, yazılım ve çevre birimleri dahil olmak üzere bir bilgisayar sistemidir (Information Technology,2023)

İşletmelerde muhasebe alanında yaşanan zorlukların temelinde bilişim teknolojilerinin olmayışı yatar. Bilhassa muhasebe yazılımının olmayışı veya eski yazılımın olması çok önemli bir eksikliklerdir. Bilişim teknolojilerinin tesis

edilmemesi gelir tanımının uygun yapılmamasına, muhasebe işlemlerinde eksik bilgiler içeren dış kaynak kullanımına, varlıkların uygun değerlemesinin yapılmadan finansal tablolara yanlış aktarılmasına, ücret bordrolarının hatalı düzenlenmesine, nakit akış tablosunun yanlış hazırlanmasına, finansal tablo hazırlığının çok zaman almasına ve finansal tablo analizini yapacak sürenin azalmasına, iç kontrol eksikliğine, dolandırıcılığa ve mükerrer ödemelere, mevzuat ve vergi uygulamalarının gecikmesine, veri güvenliğine uygun olmayan faaliyetlere, kayıtların varlığını tehlikeye atacak siber güvenlik eksikliğine neden olabilir (Cook,2022).

Bilişim teknolojisine geçişte diğer bir şekliyle yazılım otomasyonunun tesisinde yaşanan gecikmeler muhasebeye yön veren standartların ve diğer yasal düzenlemelerin yeterince uygulanmamasını yol açarak cezai yaptırımlarla karşı karşıya kalınmasına yol açabilir. Gelişmiş yazılım teknolojisini kullanan, eğitime önem veren işletmeler standartlara ve diğer yasal uygulamalarda meydana gelen değişikliklere otomatik olarak daha güvenli ve daha hızlı bir şekilde uyum sağlayarak olası muhasebe sorunlarının üstesinden gelebilirler.

3. MUHASEBEDE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN ÖNEMİ

Muhasebe mesleğinin ne kadar değişim geçirdiğini fark edebilmek için ABD’de 2021 yılında yapılan Mali Müşavirlik (licensed certified public accountant)(CPA) sınavındaki son değişikliklere bakmak uygun olacaktır. 2021 sınavının odağında iş süreçleri, otomasyon, veri analitiği, dijitalleşme ve veri odaklı bir zihniyetin olduğu anlaşılmıştır. Geçmiş sınavlarda sorulan Uluslararası Raporlama Sistemi Standartları (IFRS) ve Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri arasındaki farklar, vergi uygulamaları ve işlemlerin güvenliğinin sağlanması üzerine sorulan sorulardan vazgeçilmiştir (Beaver,2022).

Muhasebe mesleğini değiştiren, şekillendiren gelişmeler aslında teknolojiye ve diğer piyasa değişimlerine verilen tepkilerdir. Şartlardaki hızlı değişimler büyük ölçüde teknolojideki değişimleri de hızlandırmıştır. 2019 yılından itibaren dünyayı etkileyen Covid-19 pandemi süreci de teknolojideki değişimi hızlandırmıştır. Örneğin, bulut tabanlı muhasebe yazılımının daha geniş bir şekilde benimsenmesine, otomasyona ve yapay zekaya doğru hareketlenmeyi artırmıştır. Muhasebe alanında bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, yeni yazılımların ortaya çıkması sorunların çözümü ve verimli çalışma ihtiyacından kaynaklanmıştır.

Muhasebe ticaretteki parasal işlemlerin dilidir. Muhasebe yıllar boyunca birçok değişiklik ve modifikasyondan geçmiştir. Ancak bilişim teknolojileri her zaman muhasebenin çok önemli bir parçası olmuş, muhasebecilerin işlerini kolaylaştırmıştır. Bilişim teknolojileri, bir muhasebecinin istatistiksel verilerin

değerlendirmesindeki verimliliğinin ve yeteneğinin artmasına yardımcı olmuştur. Bilişim teknolojileri muhasebecinin yorumlama becerisini geliştirmiş ve onu bir işletmenin en güvenilir çalışanlarından biri yapmıştır

İşletmeler, muhasebe süreçlerini ve sonuçlarını iyileştirmek için muhasebe yazılımlarını uygulayarak otomasyona geçebilirler. Muhasebe sistemlerinin otomasyonu, satıcı ve alıcı fatura işlemlerinden, ödeme ve tahsilata kadar uzanan akışta verimli finansal teknolojiyi içerir.

İşletmelerin üretim, pazarlama, finans, muhasebe, insan kaynakları, tedarik, halkla ilişkiler... bölümlerinin ihtiyaç duyacağı bilgiler veri tabanlarından karşılanır. İşletmenin fonksiyonlara ait bilgiler bağımsız alt sistemlerde üretilen bilgiler olabileceği gibi bir üst sisteme bağlı birbiriyle etkileşim halinde Yönetim Bilgi ve Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) sistemlerinde üretilen bilgilerde olabilir. Yönetim Bilgi ve Kurumsal Kaynak Planlama sistemi birbirine bağlı olarak eşzamanlı, bütüncül ve izlenebilir sistemlerdir. Muhasebe Bilgi Sistemi de bağımsız bir alt sistem olabileceği gibi Yönetim Bilgi ve Kurumsal Kaynak Planlama sistemine bağlı bir alt sistemde olabilir. Muhasebe Bilgi Sistemi, işletmenin karar alma sürecinde ihtiyaç duyacağı üretilmiş finansal bilgileri raporlar vasıtasıyla Yönetim Bilgi ve Kurumsal Kaynak Planlama sistemine sunar. Muhasebe Bilgi Sisteminin temelinde yazılım otomasyonu bulunmaktadır (Eski,2022:1). Aksi halde yazılım otomasyonunun olmaması halinde işletme için önemli olan Muhasebe Bilgi Sistemi de var olmayacaktır.

Birbiriyle ilişkili fonksiyonel yazılım otomasyonu ile satış ve pazarlama süreçlerinin iyileştirilmesine, satış sonrası müşterilere nasıl bir ödeme yöntemi uygulanacağına, yeni müşterilere nasıl ulaşılabileceğine entegrasyon içinde çözüm bulunabilir. Bunun yanında bütçeleme, iş planlamasını ve nakit akışı yönetimi de otomatik olarak izlenebilecektir.

Muhasebe yazılım otomasyonu ile;

- Kayıtlar daha çabuk sonuçlandırılarak finansal analiz için daha fazla zaman yaratılacaktır.
- Ödemeler takip edilebilecektir.
- Nakit akışı daha güvenli izlenebilecektir.
- Kredili alımlarda indirim elde edebilmek için erken ödeme gibi seçenekleri sunabilecektir.
- Vergi işlemleri kolaylaşabilecektir.
- Giderler daha sağlıklı takip edilebilecek, daha verimli ödeme biçimleri ortaya çıkabilecektir.
- Ödeme mutabakatının sağlanmasını kolaylaştırabilecektir.
- Finansal raporların daha güvenli ve hızlı hazırlanması sağlanabilecektir.

- Dolandırıcılık ve hatalar azaltılabilecektir.
- Mevzuat uyumluluk otomatikleşebilecektir (TMS, UFRS uygulamaları gibi).
- Kâğıt tabanlı belgeler yerine elektronik belgelerin kullanılması kolaylaşabilecektir (e-defter, e fatura, e-irsaliye gibi)
- Denetimi kolaylaştırabilecektir.
- Bildirimlerin onayını etkinleştirerek takip işlemlerini otomatikleştirebilecektir.
- Verimsiz, güvensiz ve maliyetli kullanımları sona erdirebilecektir.

Muhasebe mesleği, dijitalleşmeden en fazla etkilenen mesleklerin başında gelmektedir. Bu teknolojik değişim muhasebecilerin işsiz kalması gibi sonuçları doğurabileceği düşünülse de gerçekte böyle bir durum olmayacağı muhasebecilik mesleği açısından yeni fırsatlar sunacağı, muhasebeciliğin öneminin artacağı değerlendirilmektedir (Yücel ve Adiloğlu, 2019:56).

Bir başka bakış açısıyla; muhasebe işlemlerinin pek çoğu yazılım otomasyonu ile gerçekleştirilmesine rağmen muhasebecilerin yerini hiçbir zaman teknoloji almayacaktır. Çünkü muhasebeciler tarafından ele alınan somutlaştırılan sorunları teknoloji asla kendi başına çözemez. Dijitalleşme muhasebecilerin olağan işlerinde zaman kazandırarak onların danışman olarak finansal faaliyetlere daha fazla katılmaları ve stratejik konularda da hizmet verebilme becerileri kazanma fırsatı sunar (Lopez,2020).

Muhasebe alanında yeni fırsatların yakalanması ve yeni beceriler kazanılması eğitimle mümkün olabilecektir.

4. MUHASEBE EĞİTİMİNİN ÖNEMİ, EĞİTİM KURUMLARI VE MUHASEBE DERSLERİ

Muhasebe eğitiminin amacı, öğrencilere muhasebe biliminin gereklerini öğretmek muhasebe meslek mensubu olmalarına yardımcı olmaktır. Öğretmenler, muhasebenin teorisini ve uygulamasını (neden ve nasıl) göstererek ve muhasebe dersleri dışında diğer derslerle olan ilişkisini de belirterek dersini vermelidirler (Persson,2016:47).

Muhasebenin işlevleri muhasebeciler tarafından yerine getirilir. Muhasebeci olmak belli niteliklere sahip olmayı gerektirir. Türkiye’de serbest muhasebeci ve mali müşavir olabilmek için üniversite fakülte ve yüksekokulların ilgili bölümlerini bitirmek, staj yapmak ve serbest muhasebeci mali müşavirlik sınavını kazanarak ruhsat alma şartları bulunmaktadır. Ayrıca serbest muhasebeci ve mali müşavirlik mesleğinde 10 yıl çalışma ve sınavda başarılı olarak ruhsat alanlarda yeminli mali müşavir olabilmektedir (Serbest Muhasebeci Mali...1989).

Gelişmiş ülkelerde de muhasebeci olabilmek için üniversitelerin ilgili fakültelerinde eğitimini tamamlamak, belirli süre çalışmak, sınavlar da başarılı olma şartları bulunmaktadır (“The Association of Chartered Certified Accountants [ACCA]” ,t.y.).

Bir muhasebecinin bir işletmede oynadığı rolün kapsamı genişlemiş ve derinleşmiştir. Muhasebeci olmak isteyen öğrencilerin, özellikle muhasebe meslek mensuplarının muhasebe alanı ile ilgisiz olduğu düşündüğü farklı alanlarda da kendilerini bilgi ile donatmaları gerekmektedir. İşletmeler bilişim teknolojileriyle tüm süreçleri Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) ile yönetmek istemektedirler. Bilişim teknolojileri, eskiden muhasebeciler tarafından yapılan manuel işlerin ortadan kaldırılmasını ve toplanan ilave veriler yardımıyla sayısız analizi yapma olasılığı yaratmıştır. Dünya’da kuruluşların ve buna bağlı olarak yatırımların artışı verimli çalışmanın, standartlaşmanın ve raporlamanın önemini ön plana çıkarmıştır. Muhasebe öğrencileri gelecekte kendilerinde gerçekleştirmeleri beklenen bilişim teknolojileri destekli muhasebe işlevlerini öğrenmekten kaçınamazlar (“Future Accountan, t.y”).

Dünya’da ve Türkiye’de muhasebecilerin yetiştirilmesi için üniversitelerin önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora eğitim aşamalarında ve çeşitli kurslarda muhasebe eğitimi verilmektedir. Türkiye’de ayrıca orta öğrenim seviyesinde meslek liselerinde, halk eğitim kurumlarında ve bazı belediyeler tarafından açılan kurslarda da çeşitli muhasebe dersleri verilmektedir (Soylu, 2014:12).

Türkiye’de gerek devlet gerekse de vakıf üniversitelerinin muhasebe ve vergi uygulamaları, işletme, iktisat, maliye, bankacılık ve sigortacılık, uluslararası ticaret ve finansman, lojistik, sağlık kurumları işletmeciliği, sağlık yönetimi, mühendislik fakülte ve/veya bölümlerinde çeşitli adlarda zorunlu ve seçmeli muhasebe dersleri verilmektedir.

Türkiye’de resmi olarak ruhsatlı muhasebeciler olarak tanımlanan serbest muhasebeci ve mali müşavir olabilme şartlarından bir tanesi hukuk, iktisat, maliye, işletme, muhasebe, bankacılık, kamu yönetimi ve siyasal bilimler dallarında eğitim veren fakülte ve yüksekokullardan veya denkliği Yükseköğretim Kurumunca (YÖK) tasdik edilmiş yabancı yükseköğretim kurumlarından en az lisans seviyesinde mezun olmak veya diğer öğretim kurumlarından lisans seviyesinde mezun olmakla beraber bu fıkrada belirtilen bilim dallarından lisanüstü seviyesinde diploma almış olmaktır (Serbest Muhasebeci Mali...1989).

Serbest muhasebeci ve mali müşavir olabilmek için mezun olunması gereken fakülte veya bölümlerde okutulan temel muhasebe dersleri; Genel Muhasebe, Finansal Muhasebe, Maliyet Muhasebesi, Yönetim Muhasebesi, Uluslararası Muhasebe Standartları, Şirketler Muhasebesi, Muhasebe Denetim, Türk

Muhasebe ve Vergi Sistemleri, Dönem Sonu Muhasebe Uygulamaları, Dış Ticaret İşlemleri Muhasebe, Banka ve Sigorta Muhasebesidir (“Yükseköğretim Kurulu[YÖK] Dersleri Platformu”,t.y).

Dünyanı önde gelen Harvard, Stanford, Massachusetts Teknoloji Enstitüsü, Oxford, Chicago, Cambridge, Londra Ekonomi ve Siyaset Bilim, NewYork gibi üniversitelerin muhasebe ve/veya finansman fakültelerinde çeşitli muhasebe dersleri verilmektedir (QS Top Universities,2022). Belirtilen üniversitelerin müfredatları incelendiğinde teknoloji ve dijitalleşme içerikli derslerin fazlalığı dikkat çekmektedir. Muhasebe derslerinin genel olarak seçmeli olduğu ve hangi derslerin öncelikle alınması gerektiğinin tavsiye edildiği, ders çeşitliliğinin artırılarak mesleki gelişimin yanı sıra bireysel gelişimin de desteklenmesine önem verildiği anlaşılmıştır (Akdoğan ve Umut Doğan, 2022:405).

Örnek olarak seçilen NewYork Üniversitesinin muhasebe bölümünde Finansal Muhasebe, Denetim, İç Kontrol, Finansal Tablolara Analiz, Finansal Raporlar, Adli ve Vergi Muhasebesi, Maliyet ve Yönetim Muhasebesi vb. dersler verilmektedir (NewYork University,2023). Dünya ve Türkiye üniversitelerinde verilen muhasebe derslerinin isim olarak benzer oldukları görülmektedir.

Dünya üniversitelerinde lisans düzeyinde verilen muhasebe eğitiminde izlenen aşamalar (QS Top Universities, 2023);

- Lisans eğitiminin ilk yılında veya yarısında, öğrencilere muhasebe, finans ve işletme ile ilgili temel konular verilir.
- Daha sonra, öğrenciler üniversitenin mevcut modüllerine bağlı olarak, belirli muhasebe konularında ve ilgilerini çeken başka konularda uzmanlaşmayı seçebilirler.
- Öğrenciler genellikle raporlar, grup sunumları ve dosya hazırlama gibi diğer değerlendirme yöntemleriyle büyük bir araştırma projesini tamamlamaya çalışırlar. Öğretim, sınıf tabanlı ve bilgisayar teknoloji atölyelerinde muhasebe yazılımının kullanımı da dahil olmak üzere bireysel ve grup alıştırmaları, vaka çalışmaları, dersler, seminerler yapılarak gerçekleştirilir.
- Çoğu üniversite, öğretim elemanlarına muhasebe ve finans sektörlerinde profesyonel deneyim kazanma imkanı sağlar.
- Birçok üniversite öğrencilerine yerel veya yurtdışı endüstriyel alanda bir yıl deneyim geçirmeleri için izin verirler. Böylelikle öğrenciler profesyonel iş deneyimlerini geliştirerek, dil ve muhasebe becerileri kazanırlar.

Dünya üniversitelerinde muhasebe öğrencilerine kazandırılması istenilen beceri ve yetkinlikler (QS Top Universities,2023);

- Muhasebe konuları, becerileri ve teknikleri hakkında ileri düzeyde bilgi.
- Muhasebe yazılımında yeterlilik dahil olmak üzere hesaplama ve teknolojik beceriler.
- Gelişmiş kantitatif beceriler ve teknikler.
- Genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri hakkında farkındalık.
- Muhasebeyi düzenleyen konuların anlaşılması.
- İş ve ekonomi konularına ve organizasyonlarına ilişkin geniş ve küresel farkındalık.
- Hesap verebilirlik de dahil olmak üzere iş dünyasında etik, yasal ve sosyal sorumluluk anlayışı.
- Gelişmiş analitik ve problem çözme yeteneği.
- Karmaşık veri kümelerini analiz edebilme.
- Finansal kararlar verebilme.
- Hem liderlik hem de işbirlikçi rollerde bir takımında çalışabilme becerisi.
- Sorunlara birden çok açıdan bakabilme becerisi.
- Özel bilgileri hassasiyetle değerlendirebilme becerisi.
- Proje yönetimi becerisi.
- Mantıklı karar verme, stratejik ve yaratıcı düşünme becerisi.
- Zaman yönetimi ve özgüven.
- Finansal ve finansal olmayan kitlelere yönelik açık, sözlü ve yazılı iletişim becerileri.
- Yabancı dil becerileri.

Türkiye üniversitelerince muhasebe öğrencilerinin sahip olması istenilen beceri ve yetkinlikler ise yerine getirilmesi gereken muhasebe işlemlerinin odağındaki daha kısıtlı becerilerdir. Türkiye’de yapılan bir araştırma kapsamında öğretmenlerin ve meslek mensuplarının görüşlerine göre muhasebe eğitimiyle kazanılması gereken beceri ve yetkinlikler (Poroy Arsoy vd, 2014:128);

- Analitik/Eleştirel Düşünme.
- Doğru Mesleki Tutum Geliştirme.
- Hesaplama Teknikleri.
- Yazılı İletişim.
- Motivasyon Sağlayabilme.
- Sözel İletişim.
- Kaynak Yönetebilme.
- Bağımsız Karar Alma.
- Değişimi Yönetebilme.

- Takım Çalışmasına Yatkınlık.
- Proje Yönetebilme.
- Müşteri İlişkileri Geliştirebilme.
- Yabancı Dil.
- Beden Dilini Doğru Kullanma.
- Liderlik Davranışı Gösterebilme.

Türkiye’de öğretmen ve meslek mensupları tarafından muhasebe öğrencilerinin sahip olması arzu edilen ortak beceri ve yetkinlikler dünya üniversitelerinde sahip olunması hedeflenen beceri ve yetkinlikler kısmi olarak paralellik gösterse de temel de dünya üniversitelerinde muhasebe derslerinin çoğunlukla bilişim teknolojileri yardımıyla verilmesi önemli bir farklılık getirmektedir.

5. EKONOMİK KALKINMA VE İŞBİRLİĞİ ÖRGÜTÜ(OECD)’NİN GELECEK EĞİTİM HEDEFLERİ

Türkiye’nin de kurucu ülkeler arasında yer aldığı Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) yaptığı araştırmalarla, OECD üyesi ve ortak üye ülkelerinin eğitim sistemlerinin yapısı, finansmanı ve performansı hakkında eğitim raporları sunar. 100’den fazla çizelge ve tablonun yanı sıra çevrimiçi olarak sunulan çok daha fazla veri ile eğitim kurumlarının temel çıktıları, ülkeler arasında öğrenmenin etkisi, eğitime erişim, katılım ve ilerleme, eğitime yatırılan mali kaynaklar ile öğretmenler, öğrenme ortamı ve okulların organizasyonu hakkında güvenilir bilgiler verilir.

OECD’nin 2030 eğitim ve beceriler vizyonu iki soru ile şekillenmiştir (Organization for Economic Cooperation and Development[OECD],2015);

- Bugünün öğrencilerinin dünyayı geliştirmek ve şekillendirmek için hangi bilgi, beceri, tutum ve değerlere ihtiyacı olacak?
- Eğitim sistemleri öğrencilerin sahip olması istenilen bilgi, beceri, tutum ve değerlerinin geliştirmesi için nasıl yardımcı olabilir?

2030 için hedeflenen çekirdek temeller; bilgi, beceri, tutum ve değerlerden oluşmakta ve yalnızca okuryazarlık ile matematiksel becerileri değil aynı zamanda veri ve medya okuryazarlığı, dijital ve finansal okuryazarlık, küresel yeterlik, fiziksel ve ruhsal sağlık ile sosyal ve duygusal becerileri de içermektedir. Pusulanın merkezinde yer alan yeterlikler, bu çekirdek temeller üzerine inşa edilebilir. Yeterlik de çekirdek temeller gibi bilgi, beceri, tutum ve değerleri içeren bütüncül bir kavramdır.

OECD'nin eğitim ve beceri alanındaki çalışmalarının stratejik misyonu; eğitimde hükümetler arası işbirliği yapılarak, kişisel gelişmeye açık, sürdürülebilirliğe katkıda bulunan herkes için yaşam boyu yüksek kaliteli öğrenmeyi desteklemektir. Dünyada değişen koşullara karşısında OECD tarafından eğitim çalışmalarında dikkate alınması gereken hususlar (OECD,2023:2);

- Belirsiz bir gelecek için öğrenmek,
- Yeni bir toplumsal sözleşme için eğitim,
- Dijital dönüşüm,
- Eğitimin amaçlarını yeniden tasarlamak,
- Eğitim ve becerilerin çeşitlendirilmesi, şeklinde ifade edilmiştir.

Teknolojik değişikliklere ayak uydurmanın, değişimi hızlı ve cesaretle kabullenmenin gerektiği belirtilerek yapay zeka, bilgi bulutu, nesnelere interneti, sanal gerçeklik ve diğer dijitalleşme biçimlerinin dünyayı temelden şekillendireceği ifade edilmektedir. Dijitalleşmenin artması ile ayıklanması gereken kirli bilgilerin de olabileceği bütün bunlara rağmen dijitalleşmenin topluma bilgi sağlayarak eleştirel düşünceleri geliştireceği de belirtilmiştir. Eğitimde dijital araçların artış göstermesinin Covid-19 pandemisinin mirası olduğu hatırlanmaktadır. Dijitalleşme bireysel olarak öğrenci ve öğretmenlere hizmet etmenin yansısı işbirliğine dayalı bir öğrenme ekosistemi oluşturabilmektedir. Teknolojik öğrenmenin daha işbirlikçi, amaçlarına odaklanan, motivasyonlu, kalıcı ve etkili öğrenme stratejileri geliştiren öğrenen topluluklar oluşturabileceği belirtilmiştir. Dijitalleşme ile eğitim kaynaklarının artacağı, öğretmenlerin mesleki gelişimlerini sağlayacağı ve mesleki uygulamaların kurumsallaşacağı da ifade edilmiştir (OECD,2023:3).

Eğitimde beklenen değişimlerin gerçekleşebilmesi için OECD tarafından olması gereken ortam ve şartlar(OECD,2023:5);

- Öğrenciler, resmi, yaygın ve resmi olmayan ortamlarda öğrenirler.
- Öğrencilere yetenekli ve profesyonel eğitimciler tarafından eğitim verilir.
- Eğitim kurumları yüksek kalite, adil, uygun maliyet, yenilikçi yöntemlerle öğrenmeyi sağlarlar.
- Eğitim sistemleri toplumların yeni değişikliklere uyum sağlamasını kolaylaştırarak ekonomik ve sosyal fayda sağlarlar.

OECD tarafından geleceğin eğitiminin tesisi için gerekli kavramlar (OECD,2023:8);

- Düşünmeye rehberlik edecek üç koşul;
 - Eğitimin toplumsal faydalarını güçlendirmek.
 - Öğrenmeye entegre ve dengeli bir şekilde yaklaşmak.
 - Hayat boyu öğrenmeyi yol gösterici kavram haline getirmek.
- Eğitimin şartları için üç koşul;
 - İnsanların öğrenme anlayışının geliştirmek.
 - Örgün eğitimin ötesine geçmek.
 - Eğitimde eşitlik ve kapsayıcılık kavramını genişletmek.
- Eğitim politikası geliştirmek için iki zorunluluk;
 - Eğitimde maliyet etkinliği artırmak.
 - Eğitimde inovasyona odaklanmak.

Dijital teknolojinin, öğrencilerin nasıl ve ne öğrendiği üzerinde büyük etkisi olacaktır. OECDülkelerince, dijital gelişmelerin önemli olduğu ve eğitimde dijitalleşmenin desteklenmesinde ülke yönetimlerinin rolünün olduğu kabul edilmektedir. OECD ülkelerinin yarısı tesisindeki zorluklara rağmen dijital inovasyonun eğitimi geliştirici fırsatlar sunacağına dayalı dijital eğitim stratejisi politikası benimsemiştir.

OECD ülkelerinin diğer yarısı da dijital inovasyonu genel bir stratejinin parçası olarak kabul edip eğitimde kullanılmasına sıklıkla atıfta bulunmuşlardır. Daha genel bir strateji olarak dijitalleşme başta ekonomik büyüme olmak üzere diğer hedeflere ulaşmanın bir yöntemi olarak görülmektedir. Tüm OECD ülkeleri için bilişim teknolojilerinin alt yapı çalışmaları önemli bir konu olarak ele alınmaktadır (Vlies,2020).

6. MUHASEBE EĞİTİMİNDE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN YERİ

21. yüzyılda teknolojik gelişmeler her alanda kendini göstermektedir. Muhasebe mesleğinin bu değişime ayak uydurabilmesi, paydaşların beklentilerinin karşılanabilmesi için ilgili teknolojilerin eğitim ve öğretim uygulamalarına entegre edilmesi gerekmektedir.

Daha önce Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC) Eğitim Komitesi, bilişim teknolojilerini üniversitelerin muhasebe müfredatının ayrılmaz bir bileşeni olarak kabul etmiştir. Muhasebe alanında bilişim teknolojileriyle ilgili sahip olunması istenen beceriler, bilişim teknolojileri hakkında genel bilgi sahibi olunması, yeterlilik ve yetkinlik olarak belirlenmiştir (The International Federation of Accountants [IFAC],2003:24,35).

Zaman içerisinde Dünya’da muhasebe alanında birçok yeni kavram, teori ve yöntemler ortaya çıkmıştır. Son yıllarda muhasebeyi ilgilendiren gelişmeler; muhasebe standartları, finansal raporlama, denetim standartları, sürdürülebilirlik, entegre raporlama, blockchain vb. gibi. Yeni gelişme ve uygulamaların devam edeceği değerlendirilmektedir. Muhasebe mesleği geleceğe hazırlanmalıdır. Muhasebenin dijital yeniliklere de uyum sağlayabilmesi ve gelecekte varlığını sürdürebilmesi muhasebe eğitiminde dijitalleşmeye dayalı bir eğitim anlayışına sahip olunmasıyla mümkündür (Poroy vd, 2014:82).

Muhasebe derslerinde bilişim teknolojilerinin desteğinde eğitim görmeyen öğrenciler/mezunlar bu eksiklikten kaynaklanan eğitim kayıplarını kendi başlarına veya işverenleri tarafından imkanlar dahilinde sağlanan mesleki eğitimlerle gidermeye çalışırlar. Ancak bu çalışma hayatında kolay bir işlem değildir. Bilişim teknolojileri desteğinde eğitim alan öğrenciler çalışma hayatına daha çabuk uyum sağlayarak daha üretken olurlar.

Muhasebe eğitiminde, muhasebe alanında yaşanan yeniliklerle teknolojik değişim arasında sistematik ve kendini yenileyen bir uyum yakalamak gerekir (Kurnaz vd,2019:83). Tablo 1’de eğitim teknolojileri ile muhasebe alanında ilişki kurulmasına neden olan eğilimler belirtilmiştir. Muhasebe eğitimi, eğitim teknolojilerindeki gelişmeleri içerecek şekilde planlanmalıdır.

Tablo 1. Teknoloji ve Muhasebe Eğilimleri

Teknoloji Eğilimleri	Muhasebe Eğilimleri
Yapay Zeka	Dijital Muhasebe
Nesnelerin İnterneti	Muhasebe Bilgi Sistemlerinin Entegrasyonu
Blockchain Teknolojisi	Dış Kaynak Kullanma
Bulut Bilişim	Bulut Muhasebesi
5G Teknolojisi	Şeffaflık ve Objektiflik
Zenginleştirilmiş Gerçeklik	Veri Analizi
Akıllı Robotlar	Sosyal Medya Entegrasyonu
İleri Düzey Otomasyon	Muhasebe İşlemlerinin Otomasyonu
Büyük Veri	Muhasebe Verileri Analisti
Siber Yazılımlar ve Siber Güvenlik	Siber Suçlar ve Muhasebe Kayıtları

Kaynak: Kurnaz vd,2019:83

ABD'de üniversitelerinde muhasebe derslerinde SAP, Oracle ve Microsoft gibi şirketlerce desteklenen en yaygın yazılım olan Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) kullanılmaktadır. ABD'deki birçok üniversitenin işletme fakültelerinde modelleme mantığı, iş zekası, bilişim teknolojisi güvenliği ve diğer çağdaş teknolojileri içeren eğitim verilmektedir (Seethamraju, 2010:5).

Geleceğin muhasebecileri olacak muhasebe meslek adayı öğrencilere dijital sistemler ve dijital sistemlerin etkisiyle muhasebede yaşanan değişiklikler hakkında daha kapsamlı ve teorik bilgiler içeren eğitim verilmelidir. Bunun için muhasebe eğitiminin dönüşümü ve yeniden yapılması zorunludur. Geleceğe yönelik eğitim planlamalarına rağmen 2019 yılında dünya çapında 3000 muhasebeciye uygulanan ankette katılımcıların % 62'si gibi yüksek bir oranda bugünün muhasebe eğitim programlarının 2030'lu yılların muhasebe trendlerini yakalamaya yetmeyeceğine inanmaktadırlar (Sagenext Infotech, 2023).

Türkiye'de 1994 yılından itibaren uygulanmaya başlanan Tekdüzen Hesap Planı çerçevesinde manuel veya bilgisayar yazılım programlarıyla muhasebe işlevi gerçekleştirilmektedir. Her ne kadar yazılım programları kullanılsa da defter ve belgelerde tam otomasyon sağlanamamıştır. Bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle vergi (e-beyanname), sgk (e-bildirge) ve ücret bordro işlemleri internet aracılığıyla yapılmaya başlanılmıştır. 2012 yılından itibaren belirli kıstaslara uyan işletmelerde e-defter uygulamasına daha sonraki süreçte e-fatura, e-fatura, e-irsaliye, e-arşiv e-mühür ve e-imza uygulamalarına geçilmiştir. Bu uygulamalar birlikte muhasebe eğitiminde bilişim teknolojilerinin önemi daha iyi anlaşılmıştır. Muhasebe eğitimi nasıl verilirse verilsin muhasebeci iş ilanlarında bilişim teknolojilerini kullanma, özellikle Excel programını bilme, analiz yapabilme gibi şartların bulunduğu görülmektedir. Sadece iş başvuru şartları bile muhasebe eğitiminde bilişim teknolojilerinin gerekliliğini işaret etmektedir.

Dünya'da ve Türkiye'de yükseköğretim seviyesinde muhasebe eğitiminde bilişim teknolojilerinin kullanılması üzerine birçok araştırma yapılmıştır. 2000'li yılların başlarından itibaren yapılan çalışmalar ile genel olarak bilişim teknolojilerinin muhasebe eğitiminde kullanılmasının önemini ve gerekliliği vurgulayan tespitler yapılmıştır.

Poroy Arsoy vd. (2014), muhasebe meslek mensupları ve muhasebe dersi veren öğretmenler tarafından muhasebecilik mesleğine ilişkin sahip olunması gerektiğini düşündükleri bilgi, beceri ve eğitim tekniklerini tespit etmek amacıyla muhasebe dersi veren öğretmenlere ve Bursa Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası'na kayıtlı meslek mensuplarına uygulanan anket çalışması sonucunda: muhasebe eğitiminde geleneksel eğitim tekniklerinin yanı sıra aktif katılımlı öğretim tekniklerinden faydalanılması, geleceğin muhasebeci

adaylarına bilişim teknolojilerinin kullanılarak eğitim verilmesinin katkı sağlayacağı tespit edilmiştir.

Calayoğlu (2018), Türkiye’de muhasebeci ve denetçi adayları yetiştiren fakültelerin ilgili bölümlerinde verilen eğitimde mesleki yazılımların kullanılıp kullanılmadığının tespiti için lisans düzeyinde 15 üniversitenin 15 bölümünde araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda; muhasebe ve denetim derslerinde yazılım programlarının yeterli kullanılmadığı, MS Office uygulamasının da orta düzeyde kullanıldığı tespit edilmiştir.

Tosunoğlu ve Cengiz (2020), Türkiye’deki devlet ve vakıf üniversitelerinde verilen muhasebe eğitimi ve ders müfredatları içerikleri bakımından incelenmiştir. Üniversitelerin web sayfaları aracılığıyla, ders müfredatı ve muhasebe dersleri hakkında bilgi toplanmış, muhasebe eğitimi veren öğretmenlerle ve muhasebe meslek mensuplarıyla mülakatlar yapılmıştır. İnceleme sonucunda; az sayıda üniversitede muhasebe paket programların kullanıldığı, lisans eğitiminde bilgisayarlı muhasebe derslerinin verilmesinin mezuniyet sonrası iş hayatına daha kolay uyum sağlamasına yardımcı olduğu, bilgisayarlı muhasebe derslerinin çoğaltılmasının faydalı olacağı, teorik derslerin yanı sıra staj imkanlarının geliştirilerek uygulamalı eğitime yer verilmesinin daha gerçekçi olacağı tespit edilmiştir.

Kurnaz vd.(2020), dijitalleşmenin muhasebe eğitimine etkisi ve muhasebe eğitiminin uygulamada yeterli olup olmadığının tespiti için muhasebe meslek mensuplarına uygulana anket sonucunda; muhasebe eğitiminde dijitalleşmenin oldukça önemli olduğu ancak mevcut eğitimlerde dijital sistemlerin yeterince kullanılmadığı, iş dünyası için yetkin muhasebecilerin yetişmesine katkı sağlayamadığı, 29 yaş altı muhasebecilerin muhasebe eğitiminde dijital sistemlerin kullanılmasını daha fazla önemsedikleri, muhasebe eğitimin güncel gelişmelere göre yeniden yapılandırılmasının gerekli olduğu tespit edilmiştir.

Ekinler ve Uzun (2022), Covid-19 pandemi sürecinde dijital olarak uzaktan eğitim verilmesinin öğrenciler tarafından nasıl değerlendirildiğinin tespitine yönelik Şırnak Üniversitesine bağlı meslek yüksekokullarında öğrencilerle mülakat yapılması sonucunda; yüz yüze eğitimin daha etkileşimli olduğu ve daha çok tercih edildiği, buna karşın internet bağlantısının sağlıklı ve hızlı olması şartıyla uzaktan eğitimde derslerin fiziki ortama bağlı kalmaksızın tekrar izlenir olduğu, geliştirilmesi halinde dijital uzaktan eğitimin bir seçenek olabileceği tespit edilmiştir. Daha önce uzaktan eğitimle ilgili farklı konuları araştırmak için yapılan çalışmalarda da yüz yüze muhasebe eğitiminin öğrenciler tarafından daha tercih edilir olduğu anlaşılmıştır.

Dangi vd. (2023), muhasebede eğitiminde teknolojinin ve dijitalleşmenin entegrasyonu ile farkındalık yaratmak amacıyla yapılan araştırma sonuçlarından

bir tanesi; kıdemli eğitimcilerin eğitimde teknoloji kullanma konusundaki isteksizliklerinin tespitidir. Kıdemli eğitimcilerin teknoloji kullanımındaki isteksizliklerinin bireysel özelliklerinin yaş faktörünün etkili olduğunun, geçmiş araştırmaların ışığında ileri yaşlarda teknoloji kullanmada duyulan kaygının mantıklı olduğu da belirtilmiştir.

Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bunların sektöre yansımaları sonucunda muhasebecilerin bilgisayarı etkin ve verimli bir şekilde kullanması zorunlu hale gelmiştir. Bu nedenle; öğrencilere muhasebe eğitiminde bilişim teknolojilerinin aracı olan bilgisayarın mantığının öğretilerek kullanım tercihi kazandırılmalıdır.

Üniversiteler yeni öğrenme ve öğretme modelleri geliştirmek zorundadır. Bu modellerden biriside bilgisayar destekli iş simülasyonu modelidir. Bu modelin eğitimsel ve girişimcilik iki yönü vardır. Bu model, entegre edilmiş bilişim teknolojileri yardımıyla farklı, karışık işlemlere çözümler geliştirerek öğrencileri gerçek iş hayatına hazırlar. Muhasebe çalışmalarında karşılaşılan olayları temsilen gerçekleştirilen vaka çalışmaları mezun olan öğrencilerin iş hayatında daha başarılı olmalarını sağlar (Costa Oliveira, Sa, Barros ve Arantes,2016:537).

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknolojinin kaçınılmaz olduğu bir çağda teknolojinin her sektörde olduğu gibi eğitim sektöründe de benimsenmelidir. Eğitim kurumlarında teknoloji ile bütünleşmiş bir eğitim sistemine geçilmelidir. Bunun yanında öğrencilerin öğrenme deneyimlerini geliştirmek için çağdaş eğitim teknolojilerini benimsemeleri için yeterli motivasyon sağlanmalıdır.

Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, öğrencilerin öğrenme ve öğretmenlerin öğretme şeklini değiştirmiştir. Öğrenciler ve öğretmenler bilişim teknolojilerini kullanarak yeni bilgi ve beceriler elde etme fırsatı yakalamışlardır. Bilişim teknolojilerinin eğitim kurumlarında tesisi için ilave iş gücü ve ilave maliyet gerektiği de bir gerçektir.

Geleceğin teknolojileri muhasebecilerin de teknoloji alanında ve özellikle de bilişim teknolojilerinde bilgi ve beceri kazanmalarını zorunlu kılmaktadır. Bilişim teknolojilerinde yeterliliğe sahip olmak üniversite lisans bölümünden mezun olan muhasebeci adaylarının sahip olması beklenen temel teknik becerilerden bir tanesidir. OECD'nin tüm eğitim alanlarında, Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC)'ın ise muhasebe eğitiminde bilişim teknolojilerinin kullanılması yönünde açıklamaları bulunmaktadır. Türkiye'de de muhasebe alanındaki e-uygulamalar ve beklentiler muhasebe eğitiminde bilişim teknolojilerinin kullanılmasını gerekli hatta zorunlu kılmaktadır. Bilişim

sistemlerin muhasebe eğitiminde kullanılması sadece muhasebeye değil e-denetim faaliyetlerine de fayda sağlayacaktır.

Gerek muhasebe gerekse de bilişim teknolojileri alanında yaşanan yeni gelişmeler mevcut muhasebe derslerinin adet ve içerik olarak artırılmasını gerektirmektedir. Genel Muhasebe, Maliyet ve Yönetim Muhasebesi temelli derslere sürdürülebilirlik, entegre raporlama, blockchain gibi yeni dersler veya içerikler eklenmelidir. İçerik olarak uygun olan muhasebe derslerinin öğretmenler tarafından bilişim teknolojileri yardımıyla öğrencilere verilmesi verimliliği artıracaktır.

Türkiye’de Milli Eğitim Bakanlığı ile Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) tarafından orta ve yükseköğretim kurumlarının, fakültelerin, öğretmenlerin ve diğer eğitimcilerin geleceğin eğitim teknolojilerini benimseyerek verilen eğitimlerde teknolojileri kullanmaları teşvik edilmelidirler.

Muhasebe alanında çalışanların temsilcisi olan Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB)’da muhasebecilerin bilişim teknolojileri beceri ve yetkinliğine sahip olmaları gerektiğini daha kuvvetli vurgulayarak, ruhsat almanın bir şartı olarak belirleyebilir.

Eğitimde öğrenme ve öğretmenin entegrasyonu için bireysel niteliklerin, teknolojik özelliklerin ve kurumsal faktörlerin uyumlu bir şekilde bir araya getirilmesi gereklidir.

İş dünyasında ortaya çıkan güncel muhasebe gelişmelerinin üniversitelerde verilen muhasebe derslerine içerik olarak aktarılması sağlanmalıdır.

Bilişim teknolojilerinin katkılarıyla sorgulayan, araştıran, analiz becerisi kazanmış muhasebeciler yetiştirilmesi hedeflenmelidir.

Muhasebe eğitiminde 21. yüzyıl eğitim teknolojisine ilişkin sayısız bakış açılarına rağmen, bireysel bilgi ve yeteneklerin teknoloji kullanımını etkilediği bilinmelidir. Eğitimciler geleceğin muhasebecilerini günün koşullarına uygun evrensel nitelikte yetiştirirken bilişim teknolojilerini derslerine entegre etmelidirler.

KAYNAKÇA

- ACCA.(t.y.). *Professional ACCA qualification*. Erişim adresi: <https://www.accaglobal.com/lk/en/qualifications/glance.html>
- Akdogan, N. ve Umut Doğan, D. (2022). Türkiye’de muhasebe eğitiminin dünü bugünü ve geleceği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 25 (25. Yıl Özel Sayısı), 390-414.
- Beaver,S. (2022). *14 Accounting Trends to Pay Attention to in 2022*.Oracle *Netsuit*. Erişim adresi: <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/accounting/accounting-trends.shtml>
- Calayoğlu, İ. (2018). Muhasebe ve denetim çevresinin değişimi ve bu alanların öğretiminde mesleki yazılım kullanımının tespit edilmesi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(4), 831-859. doi:10.31460/mbdd.387369.
- Cook, B. (2022). *Accounting Problems (& Answers): How to Avoid Accounting Issues*. Tipalti. Erişim adresi: <https://tipalti.com/accounting-problems/>
- Costa Oliveira,H., Sa,M.,Barros,T. ve Arentes V. (2016). Teaching and learning accounting in an innovative business simulation: Portuguese case study. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, Special Issue for IETC, ITEC, IDEC, ITICAM, 533-538.
- Dangi, M. R. M, Saat, M. M. ve Saad, S. (2023). Teaching and learning using 21st century educational technology in accounting education: Evidence and conceptualisation of usage behaviour. *Australasian Journal of Educational Technology*, 39(1), 19-38. doi:10.14742/ajet.6630
- Ekinler,F. ve Uzun E. (2022). Muhasebe eğitiminde dijitalleşmenin yeri ve önemi: öğrencilere yönelik bir araştırma, H. Serdar Öge (Ed.), *Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar VII*, 123-137, içinde. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Eski,S. (2022). Muhasebe bilgi sistemi vaka çalışması, Ş.Karabulut(Ed.), *Muhasebe – Pazarlama Organizasyon: Teori ve Uygulama*, 1-12, içinde. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Future Accounting.(t.y). *Accountinnng the super power*. Erişim adresi: <https://www.futureaccountant.com/>
- Hood,D. (2021). *The Year Ahead: 2022 in numbers*. Accounting Today. Erişim adresi: <https://www.accountingtoday.com/list/the-year-ahead-2022-in-numbers>
- IFAC. (2003). Information technology for professional accountants, International Education Guideline 11. Erişim adresi: <https://www.javeriana.edu.co/personales/hbermude/areacontable/particulares/IEG-11-Revised.pdf>

- Information Technology. (2023, 27 Ocak). *Vikipedi* içinde. Erişim adresi: (07 Şubat 2023) https://en.wikipedia.org/wiki/Information_technology
- Kurnaz, E., Tekbaş, İ., Bozdoğan, T. ve Çetin, Ö. O. (2020). Dijitalleşmeyle birlikte muhasebe eğitiminin muhasebe meslek mensupları açısından değerlendirilmesi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22 (Özel Sayı), 81-96. doi:10.31460/mbdd.642307
- Lopez,W.(2020). *Voices let's end the debate: automation will never replace accountants*. Accounting Today. Erişim adresi: <https://www.accountingtoday.com/opinion/lets-end-the-debate-automation-will-never-replace-accountants>
- NewYork University.(2023). *Undergraduate course index*.erişim adresi: https://w3.stern.nyu.edu/uccoursedescribe/courses?_ga=2.267195918.1852048075.1674905819-460914849.1674905819
- OECD. (2015). *Teaching and learning for 2030*. Future of Education and Skills 2030.Erişim adresi: <https://www.oecd.org/education/2030-project/teaching-and-learning/>
- OECD. (2023). *Building The Future Of Education.Paris:The Secretary-General of the OECD*.Erişim adresi: <https://www.oecd.org/education/future-of-education-brochure.pdf>
- Olufemi, O.O., Festus, A.F. ve Adesola Munir Adekunle, (2021). Accounting software in computerized business environment and quality of corporate Reporting. *Journal of Finance and Accounting*. 9(3), 101-110. doi: 10.11648/j.jfa.20210903.16
- Persson M. E. (2016). The purpose of accounting education , a. c. littleton's final thoughts on accounting: A collection of unpublished essays , *The Development of Accounting Thought*, 47-55 içinde. Bingley: Emerald Group Publishing Limited. doi: 10.1108/S1479-35042016000020021
- Poroy Arsoy, A. , Bora, T. ve Selimoğlu, S. (2014). Muhasebe eğitimindeki bilgi, beceri ve eğitim tekniklerinin gerekliliklerine ilişkin beklentiler: Türkiye'deki akademisyenlere ve meslek mensuplarına yönelik bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10 (23), 121-136. doi: 10.17130/ijmeb.2014.10.23.479
- Powell,S. (2022). *Accounting*. Erişim adresi: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/accounting/>
- QS Top Universities.(2022). *Accounting and finance: QS World University Rankings by Subject 2022: Accounting & Finance*. Erişim adresi: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/university-subject-rankings/2022/accounting-finance>

- QS Top Universities.(2023). *Course guides accounting degrees: accounting & finance*. Erişim adresi: <https://www.topuniversities.com/courses/accounting-finance/guide>
- Sagenext Infotech. (2023). *Accounting trends: Predicting the new business future 2023 and beyond*. Erişim adresi: <https://www.thesagenext.com/blog/predicting-future-accounting-trends>
- Seethamraju, R.(2010). Information technologies in accounting education. Proceedings Of The Proceedings of the 2010 AIS SIGED: IAIM International Conference on Information Systems Education and Research. Erişim adresi: <https://aisel.aisnet.org/siged2010/12/>
- Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu. T.C. Resmi Gazete (20194, 13 Haziran 1989).
- Soylu, S. (2014). *Mesleki açık öğretim lisesi muhasebe eğitiminde karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Tosunoğlu,B. ve Cengiz,S. (2020). Türkiye’de muhasebe eğitimi: lisans müfredatının incelenmesi ve gelişmeler kapsamında değerlendirilmesi. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi (JEBPIR)*, 6(2), 194 – 214.
- Vlies,der,R.V. (2020). *Digital strategies in education across OECD countries: Exploring education policies on digital technologies (OECD Education Working Papers No. 226)*. Paris:OECD. doi:10.1787/33dd4c26-en. Erişim adresi: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/33dd4c26-en.pdf?expires=1675946159&id=id&accname=guest&checksum=BE9E346099302B9D86B5E7D29C4687A0>
- YÖK Dersleri Platformu. (t.y.). Erişim adresi: <https://yokdersleri.yok.gov.tr/>
- Yücel,G.ve Adiloğlu,B. (2019). Dijitalleşme - yapay zeka ve muhasebe beklentiler. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*,(17), 47-60.

13. Bölüm

Feng Shui Felsefesi ve Ergonomi İlişkisi

Ulaş ÇINAR¹

ORCID: 0000-0003-3924-0768

¹ Dr. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi

1. GİRİŞ

Feng Shui, binlerce yıldır Asya ülkelerinde uygulanmakta olan ve temeli yaşam alanını doğayla ilişkilendirerek düzenlemeye dayalı olan kadim bir doğu felsefesidir (Eitel, 1873).

Feng Shui, Batı' da son 150 yıldır bilinse de çoğunlukla ilkel bir hurafe olarak görülmüştür. Modern dönemde Çin' de birbirini izleyen rejimler bu felsefenin uygulamasını engellese de son 50 yılda Feng Shui, profesyonel dernekler, konuyla ilgili yayımlanan binlerce makale, sayısız web sitesi ve milyonlarca uygulayıcı ile küresel manevi bir hareket haline gelmiştir (Bruun, 2008).

Feng Shui' nin kelime anlamı “Rüzgar ve Su” olarak ifade edilebilir ve bu ifadenin insan ve çevre uyumunu konu alan eski bir şiirden türetildiği düşünülmektedir (Matthews, 2019).

Ergonomi, çalışanın çalışma ortamı ve sistemdeki diğer tüm elemanlarla uyumunu hedefleyen bir bilim dalıdır (Bridger, 2002). Kelime anlamı “İş Yasası” olduğundan eski dönemlerden günümüze iş sağlığı ve güvenliği uygulamalarının temelini oluşturduğu düşünülmektedir (Çeven ve Özer, 2013). Günümüzde de ergonomi, iş sağlığı ve güvenliği uygulamalarının en önemli unsurlarındandır.

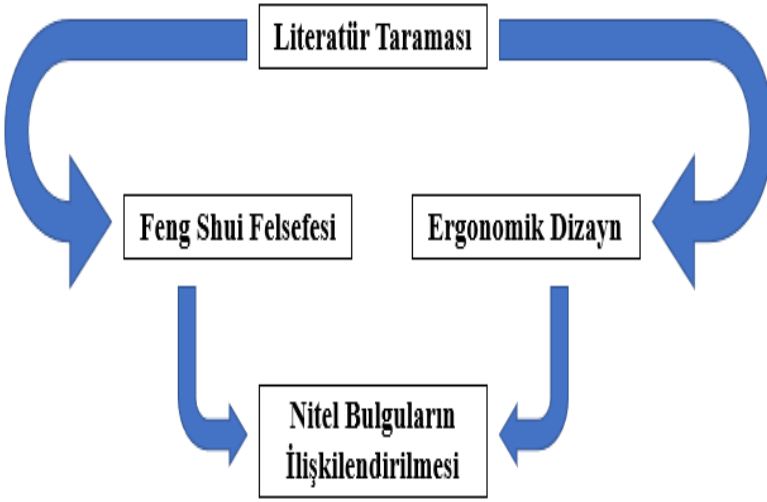
Ergonomi bilimi, algısal olarak çalışanların duruş bozuklukları ve uygunsuz çalışma koşulları doğrultusunda yaşayabilecekleri kas-iskelet problemlerini konu aldığı düşünülse de oldukça kapsamlı araştırma alanlarına sahiptir. Ergonomi temel olarak, antropometri, iş hijyeni, fizyoloji ve psikoloji gibi birçok farklı araştırma alanını insanın çalışma ortamıyla uyumu ile ilişkilendirerek spesifik değerlendirmeler sunar (Wilson, 2000). Ana hedef, risklerden arındırılmış güvenli bir çalışma ortamında tüm iş unsurlarıyla uyumlu çalışan sağlıklı işçilerdir (Güler, 1997).

Ergonominin temel çalışma alanlarının yanı sıra çevre düzeni ve renk kavramları ile ilişkilendirildiği çalışmalar literatürde yer almaktadır (Turhan, 2015; Sağocak, 2016). Feng Shui felsefesinin temel konuları ile ergonomi biliminin araştırma alanlarının bu doğrultuda ortak paydalarının bulunduğu düşünülmektedir.

Bu çalışma kapsamında Feng Shui felsefesi detaylı olarak incelenerek güvenli işyeri ergonomi uygulamaları ile ilişkisinin ortaya konulması hedeflenmiştir.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan meta sentez yöntemi uygulanmıştır. Meta analiz, belirli bir konu özelindeki araştırmaların nitel bulgularının yorumlanarak yeni çıkarımlar elde edilmesi ile gerçekleştirilir (Polat ve Ay, 2016). Bu doğrultuda, öncelikle Feng Shui felsefesi ile ilgili literatürde yer alan bilimsel makaleler ve kitaplar başta olmak üzere yazılı ve görsel veriler araştırılmıştır. Felsefenin temelleri ve uygulama örnekleri iş sağlığı ve güvenliğindeki ergonomik uygulamalar ile ilişkilendirilerek çıkarımlar gerçekleştirilmiştir. Yöntemin akış diyagramı Şekil 1’ de verilmiştir.



Şekil 1. Yöntemin Akış Diyagramı

3. BULGULAR VE YORUM

Feng Shui, tüm dünyada bir dekorasyon tekniği olarak algılansa da çok eski zamanlardan beri var olan kutsal ve geleneksel bir felsefedir. İlk olarak Çin topraklarında ortaya çıkmış ve daha sonra doğu medeniyetlerinin çoğunu etkilemiştir. M.Ö. 2. yüzyılda dönemin Çin imparatoru ölümünden sonraki yaşamı için enerjisi en yüksek yere gömülmek ister ve bu nedenle araştırmalar yapılır. Tüm yapılan araştırmalar sonucunda enerjinin rüzgar ve su gibi somut olmadığı ve yalnızca hissedilebildiği kanısına varılır. Daha sonra enerjiyi kontrol etmek hedefiyle “Feng Shui (Rüzgar ve Su)” adı altında bazı kurallar getirilir ve felsefenin temelleri ortaya çıkar (Wolter, 1999).

Bu felsefe temelini yerleşim pozisyonları, renkler ve kullanılan eşyalar ile insan ve doğanın uyumunu yakalamak oluşturduğundan dolayı batıda bir dekorasyon stili olarak popülerleştiği düşünülmektedir. Ancak Feng Shui felsefesi yaşam enerjisini dengelemek için kullanılan tekniklerin bir bütünü olarak ifade edilebilir (Spear, 2010).

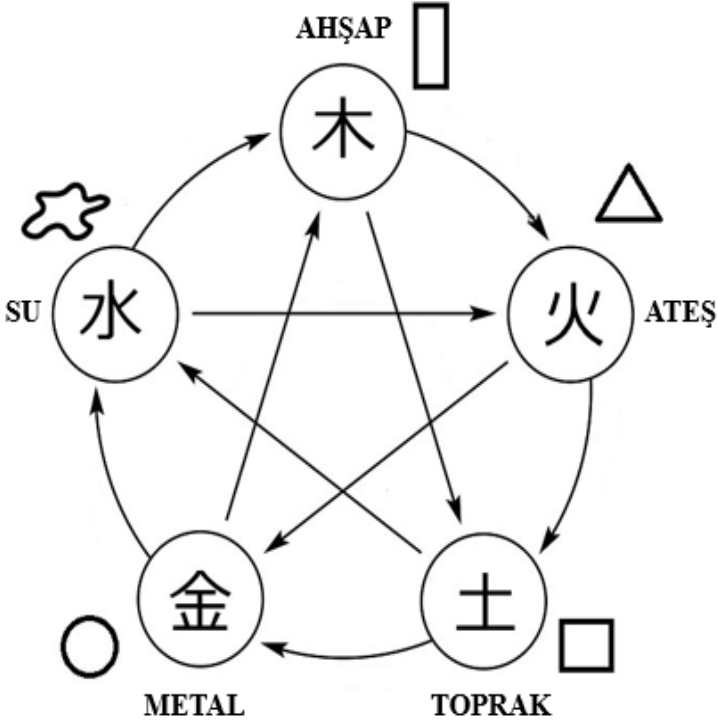
Feng Shui felsefesinde tüm canlıların beslendiği ve onları birbirine bağlayan yaşam enerjisi “Chi” olarak ifade edilir. Felsefenin tüm amacı bu enerjiyi yaşama dengeli bir biçimde dağıtarak canlıların doğaya uyumunu sağlamaktır (Rossbach, 1987).

3.1. Beş Element Teorisi

Feng Shui felsefesi doğada bulunan beş farklı elementin dengesine odaklanır. Bu elementler; ateş, su, toprak, metal ve ahşaptır. Ateşin simgesi üçgen formlardır ve liderlik ile cesareti temsil eder. Su, belirli bir düzeni olmayan dalgalı şekillerle sembolize edilir ve duygu ile ilhamı temsil eder. Toprağın simgesi kare formlardır ve güç ile istikrarı temsil eder. Metalin simgesi yuvarlak formlardır ve odaklanma ile düzeni temsil eder. Ahşap ince uzun formdaki şekillerle sembolize edilir ve yaratıcılığı temsil eder (Sang, 1995). Bu beş unsur, sudan metale dönüşerek, her biri diğerini yaratan yaşam döngüsünü kapsarlar. Yaratıcı bir döngüde, örneğin su ahşabı, odun ateşi, ateş toprağı, toprak metali ve metal suyu yaratır. Yaratıcı döngü, muadilini yenilemeye yardımcı olur. Yok edici döngü olarak bilinen zıt bir döngü vardır. Yıkıcı bir döngüden kaçınmak için elementler dengelenmeli ve korunmalıdır.

Yıkıcı döngü, elementler sıra dışı olduğunda ve birbirini yuttuğunda başlar. Örneğin, yok edici bir döngü su, ateş, metal, tahta ve topraktır; çünkü su ateşi söndürür, ateş metali eritir, metal ağacı keser ve ağaç toprağı yok eder. Döngü yıkıcıdır çünkü denge ve uyum içinde akmaz. Yaratıcı döngüde öğeler birbirine yardımcı olur. Yok etme döngüsünde birbirlerini yok ederler. Yok edici döngü, bir öge yanlış yönde olduğunda da meydana gelebilir. Güney duvarında ateşi temsil

eden bir su resmi, yok edici bir döngü ve kötü enerjiyi yaratır. Beş elementin hafif bir yanlış hizalanması büyük bir felakete neden olmayabilir, ancak yine de tam potansiyeline izin vermemeyerek iyi enerjiden uzaklaştıracaktır. Bu batıl inanç gibi görünse de kökleri doğal yaşam döngülerine dayanan 2000 yıllık bir uygulamadır. Eski Çin'de, kötü şans ve doğal afetlerin, yaratıcı döngünün akışına bağlı muafiyetlerden geldiği düşünülmekteydi (Lagatree, 1996). Feng Shui element döngüsü Şekil 2' de verilmiştir.



Şekil 2. Feng Shui Element Döngüsü

Çevremizdeki tüm farklı formların birleşimidir. Beş Element Teorisi' ne göre uyumlu bileşenler birbirlerini geliştirecektir. Örneğin ibadethaneler çoğu zaman güzellik hissi yaratır. Geleneksel bir camide, temel yapı kare şeklindedir ve üzerinde yuvarlak veya dairesel bir kubbe vardır. Yapı elementi topraktır ve simgesi karedir; kubbe elementi metaldir ve simgesi yuvarlak formdur. Diyagramdan da görebileceğimiz gibi, toprak metali oluşturur, bu nedenle konfigürasyon uyumludur. Bu formda yapılan camiler her zaman bir güzellik duygusu yaratır. Aynı şekilde birçok katolik kilisesi, sivri çatılı gotik bir tasarıma sahiptir. Uzunurlar ve dolayısıyla simgeleri ahşaptır; üst şekil üçgen olduğundan ateş elementine aittir.

Ahşap ateşi doğurur, bu nedenle kombinasyon uyumludur. Bu binalar, mimarideki modayı geride bırakan kalıcı bir güzelliğe sahiptir (Hsu, 2019).

3.2. Yin-Yang

Feng Shui'deki en önemli unsurların başında Yin-Yang teorisi yer alır. Yin-Yang teorisi Çin'in denge ve sürekli değişim perspektifidir. Yin-Yang'ın birincil amacı, denge ve uyum sağlamaktır. Yin ve Yang, hayatta kalabilmek için uyum içinde yaşaması gereken tüm karşıtların genel isimleridir. Bu karşıt güçler, iyi ya da kötü olarak birbirlerine karşı sıralanmazlar. Aksine, Yin ve Yang tamamlayıcıdır. Örneğin, Yang aktifliği, sıcaklığı, yaşamı, yazı, erkeği, gündüzi, güneşi ve ateşi temsil eder. Yin, Yang'ın karşıtı olan her şeyi yani pasifliği, soğukluğu, ölümü, kışı, dişiye, geceyi, ayı ve suyu temsil eder. Bir bileşen mevcut olduğunda, sonunda diğeri gelecektir. Bunun en iyi benzetmesi gece ve gündüzdür. Yin ve Yang, birbirlerini beslemek için sürekli bir döngü içindedir (Hwangbo, 1999).



Şekil 3. Yin-Yang Sembolü

Şekil 3' de verilen Yin-Yang sembolüne bakıldığında; Yin siyah alçalan karanlık ve Yang beyaz yükselen ışıkla temsil edilir ve her birinde zıt küçük daireler bulunur. Küçük daireler, döngüye denge ve uyum getirir. Çinliler iç dünyanın yin, dış dünyanın yang olduğuna inanırlar. Bir şeyler ters gittiğinde, doktorlar bu durumu ilkelerden birinin dengesizliğine kadar takip ederler. Örneğin, bir kişi duygusal olarak incindiğinde, bu durumu ağlayarak dışa yansıtır ve böylece herkes tarafından gözlemlenebilir hale gelir (Rossbach, 1983).

3.3. Feng Shui Felsefesine Göre Çalışma Ortamı Dizaynı

Feng Shui felsefesinde tüm yaşam alanlarında olduğu gibi çalışma ortamlarında da eksi ve artı kutupların mümkün olduğunca dengelendiği yaşam enerjisinin dengeli dağılımını amaçlayan tasarım kuralları mevcuttur. Bu kurallar daha çok eşyaların konumu ve renkler üzerine odaklanmıştır. En önemli unsur çalışma masasının konumudur. Çalışma masası, kapının uzak çapraz köşesinde konumlandırılmalıdır ve mutlaka çalışanın yüzü kapıya bakmalıdır. Çünkü böylece çalışma ortamına hakimiyet sağlanır ve yaşam enerjisinin akışına müsaade edilir. Çoklu çalışma ortamlarında masalar konumlandırılırken tam zıtlık (sırt sırta) ve tam keskinlikten (yüz yüze) çatışmaların önüne geçmek adına kaçınılmalıdır. Masalarda canlı varlıkların bulunması (bitkiler, akvaryum balıkları v.b.) pozitif enerji kaynaklarıdır. Gürültü ve tam sessizlik yaşam enerjisini olumsuz yönde etkiler. Bu nedenle soft frekanslı müzikler tercih edilir. Doğru aydınlatma da yaşam enerjisinin akışını dengeleyen önemli bir faktördür ve florasan kullanımı enerji akışını olumsuz etkilemektedir (Kutanis ve Alpaslan, 2008).

3.4. Ergonomik Dizayn

Ergonomi, insanın kişisel özellikleri ve ilişkide bulunduğu tüm çevresel faktörlerle uyumunu hedefleyen bir bilim dalıdır (Wilson, 1995). İş sağlığı ve güvenliği açısından ergonomi, risk faktörlerinden arındırılmış güvenli çalışma ortamları oluşturarak çalışanların sağlığını gözetecek uygulamaların bir bütünüdür (Murrell, 1965).

Ergonomik çalışma koşulları sağlanmadığında çalışanların verimliliği ve psikolojik parametreleri olumsuz yönde etkilenmektedir. Ayrıca fizyolojik bozukluklar da maruziyet sürecine göre gözlemlenebilmektedir. Bu faktörler iş kazaları ve meslek hastalıklarına zemin hazırladığından çalışma ortamlarının ergonomik faktörler göz önünde bulundurularak tasarlanması oldukça önem arz etmektedir (Yararel, 2019).

Birçok risk faktörü ergonomik tasarımda göz önünde bulundurulur. Duruş ve oturma pozisyonları, elektronik cihazlara karşı konfor aralıkları, gürültü ve radyasyon gibi risk faktörlerinden arındırılmış çalışma ortamı, doğru aydınlatma koşulları, termal konfor prensipleri bu faktörlerden bazılarıdır. Tüm bu faktörlerden doğacak hasar potansiyellerinin bertarafı ile işe uygun çalışan, çalışana uygun ortam ve ekipmanlar sağlanabilir (Yararel v.d., 2022).

4. SONUÇ

Bakış açıları farklı gibi görünse de hedefleri ve uygulama alanları açısından Feng Shui ve Ergonomi oldukça fazla benzerlikler gösteren iki öğretilerdir. Literatürde bu doğrultuda Feng Shui için “Çin Ergonomisi” teriminin kullanıldığı da gözlemlenmiştir. Feng Shui insanın çevreyle uyumunu felsefik açıdan değerlendirirken ergonomi teknik ve bilimsel açıdan ele alır. İki öğretinin birlikte uygulanmasının etkili bir kontrol mekanizması oluşturacağı kanısına bu çalışmayla varılmıştır.

Ergonominin teknik ve bilimsel unsurları ile gürültü, aydınlatma, termal konfor problemleri gibi risk faktörleri ölçülerek denetlenebilir. Bu Feng Shui felsefesine de katkı sağlayacaktır. Ortamın sıcaklığı, nemi, gürültü düzeyi, aydınlatma koşulları Feng Shui felsefesindeki yaşam enerjisinin dengelenmesindeki ana unsurlardandır.

Başka bir açıdan, Feng Shui felsefesi ile dizayn edilmiş bir çalışma ortamındaki düzen, renk uyumları ve ferahlık hissiyle kazanılan enerji dengesi ergonomik tasarımlar için önemli katkı sağlayacaktır. Ortamdaki düzen risk faktörlerinin tespiti açısından önemlidir. Çalışanın psikolojik parametrelerinin olumlu seyretmesi verimliliği ve algıyı olumlu etkileyecek ve birçok risk faktörü dolaylı yoldan yok olacaktır.

Bu çalışmada, “Feng Shui Ergonomisi” kavramıyla, ofislerde odaya hakim biçimde konumlandırılan çalışma masalarında ergonomik duruş pozisyonları gözetilerek çalışanlar konumlandırılmalı, masalarda yeşil ve çiçekli bitkiler bulunurken ekrana olan uzaklıklar ayarlanmalı, düzenli olarak aydınlatma, gürültü ve termal konfor parametreleri ölçülürken, ortamı sessiz bırakmayacak soft müzikler kullanılmalı ve florasan kullanımından kaçınılmalıdır. Tüm renkler ve nesnelere Feng Shui felsefesine göre dizayn edilmeli ve bilimsel tasarım parametrelerinden de yararlanılmalıdır.

Bahse konu tüm çıkarımların iş sağlığı ve güvenliği uygulamalarına katkı sağlayacağı ve bu doğrultuda iş kazaları ve meslek hastalıklarının kontrolü için önemli bir adım olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Bridger, R. S. (2002). *Introduction to Ergonomics*. Taylor & Francis Group. London.
- Bruun, O. (2008). *An Introduction to Feng Shui*. Cambridge University Press.
- Çeven, S. & Özer, K. (2013). Büro Ergonomisinin Çalışma Psikolojisi ve İş Verimine Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 25, 61-70.
- Eitel, E. J. (1873). *Feng- Shui*. Trubner & Co. London.
- Güler, Ç. (1997). *Ergonomiye Giriş*. T.C. Sağlık Bakanlığı.
- Hsu, T. S. (2019). *Five Element Theory and Feng Shui*. Blue Mountain Institute. Kiev.
- Hwangbo, A. B. (1999). A new millennium and feng shui. *The Journal of Architecture*. 4(2), 191-198.
- Kutunis, R. & Alpaslan, S. (2008). Feng Shui ile Daha Ergonomik Ofis Dizaynına Doğru. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*. 10(1), 68-76.
- Lagatree, K. M. (1996). *Feng Shui: Arranging your Home to Change your Life*. Villard. New York.
- Matthews, M .R. (2019). *Feng Shui: Teaching About Science and Pseudoscience*. Springer Nature Switzerland AG.
- Murrell, K. F. H. (1965). *Ergonomics: Man in his Working Environment*. John Wiley & Sons. New York.
- Polat, S. & Ay, O. (2016). Meta-sentez: Kavramsal bir çözümlenme. *Journal of Qualitative Research in Education*. 4(1), 52-64.
- Rossbach, S. (1983). *Feng Shui: The Chinese Art of Placement*. Penguin. New York
- Rossbach, S. (1987). *Feng Shui: Interior Design with Feng Shui*. Penguin. New York.
- Sağocak, M. D. (2016). Ergonomik Tasarımda Renk. *Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*. 6(1), 77-83.
- Sang, L. (1995). *The Principles of Feng Shui*. The American Feng Shui Institute. California.
- Spear, W. (2010). *Feng Shui Made Easy: Designing Your Life with the Ancient Art of Placement*. North Atlantic Books. Berkeley.
- Turhan, E. , Özdemir, G. & Özdemir, Y. (2015). Yeşil Ergonomiye Genel Bakış. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*. 3(3), 559-565.
- Wilson, J. R. (1995). *Ergonomics and Participation: A Practical Ergonomics Methodology*. Taylor and Francis Group. London.

- Wilson, J. R. (2000). Fundamentals of Ergonomics in Theory and Practice. *Applied Ergonomics*. 31(6), 557-567.
- Wolter, S. K. (1999). *Feng Shui: Chinese Principles of Interior Arranging*. A Senior Thesis. College of Arts and Sciences at Texas Tech University.
- Yararel, B. (2019). Ofis Tasarımında Ergonomik ve Antropometrik Etkenler. *Mimarlık ve Yaşam*. 4(1), 141-153.
- Yararel, B., Arslan, K., Kılıç, S. & Arpacı, G. S. (2022). Ofis Tasarımında Ergonomik Koşulların Sağlanması Önemli. *Ergonomi*. 5(2), 84-97.

14. Bölüm

Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Toplumsal Baskı Algılarının Belirlenmesi

Zeynep ÇOLAK¹

GİRİŞ

Toplum baskısı, insan davranışı üzerindeki en baskın ve güçlü etkenlerden birini temsil etmektedir. Günümüzde toplumsal baskının, gençler ve yetişkinler üzerinde geçmişte olduğundan daha fazla etkili olduğu görülmektedir. Bilgi ve teknoloji çağında toplumsal baskı, sosyal hayatın getirdiği stres duygusunu ile birlikte, insanların hayatlarında giderek daha yaygın hale gelmiştir. Bunun nedeni ise, kişinin yaşamında baskıdan kaçınmanın zor olduğunu düşünmesidir (Nettle, 2018). Bazı baskılar aileden, arkadaşlardan, bazıları ise çevreden ve diğer kişilerden gelir ve tüm bu faktörler toplumsal baskıya neden olmaktadır. Diğer bir deyişle toplumsal baskı, toplumun verdiği stres olarak da tanımlanabilir (Nettle, 2018).

Toplumsal baskı ve onun öznel deneyimi (bir zorunluluk duygusu), ahlaki yükümlülükten çok daha yaygın bir şeyi tanımlamaktadır. Baskı duygusu sizi keyfi, tipik olarak uygulanmayan sosyal gelenekleri gözlemlemeye, sosyal ortamlarda fiziksel rahatsızlığa tahammül etmeye, kıyafet konusunda çevreye uymaya ve başkalarının emirlerine uymaya motive edebilmektedir. Başkalarının beklentilerine uyma motivasyonu, toplumu mümkün kılan sosyal yapının bir iskelesidir (Emirbayer, 1997; Foucault, 2012; Greenwood, 2003; Moscovici, 1976; Searle, 2010); yine de, bireylerin neden beklentilere uyduğu, sosyal yükümlülükler hissettiği veya sosyal kurumları neden kabul ettiğine gelince bu sorunun net bir cevabı bulunmamaktadır (Searle, 2010).

Toplumun bireyler üzerinde oluşturduğu ruhsal ve davranışsal yaptırım gücü olarak tanımlanan toplumsal baskı, sosyal baskı ya da mahalle baskısı olarak da adlandırılmaktadır. Toplumsal baskı tam olarak aslının ne olduğu bilinmeyen, insanları etkisi altına almayı başarmış, insanların davranışlarını kısıtlayan, yazılı olmayan ve çoğu kez anlamsız kurallar bütünü olarak da tanımlanabilir. Bu durum, toplumun çoğunluğu tarafından benimsenmiş davranış biçimlerinin ve düşüncelerinin, toplumun bütün bireylerine benimsetilmeye çalışılmasıyla ortaya çıkmaktadır (Beyoğlu, 2020). Toplumsal baskının birçok bağlamda ilgili sonuçları olabilir, ancak bunu ampirik olarak değerlendirmek zordur, çünkü sosyal gruplar veya ağlardaki dışsal değişiklikleri gözlemlemek zordur ve toplumsal baskıdaki farklılıklar nedeniyle toplumsal baskıyı diğer faktörlerden ayırmak da zor olabilmektedir (Scoppa, 2022).

Dökmen'e (2015) göre, kadınlar grubunu ya da erkekler grubunu oluşturan kişiler bazı özellikleri ile tanımlanmaktadır. Bu özellikler grubun bütün üyelerine genellenir ve toplumsal hafızada bulunan bu bilgiler sıranmaksızın her kişi için doğru kabul edilmektedir. Bu bilgileri doğrulamayan kişilere karşı öfke duyulmakta ve bu öfke baskıya dönüşmektedir. Dökmen'in ifadeleri toplumsal cinsiyetle ilgili kalıp yargıların kişiler üzerinde yarattığı baskıyı

düşündürmektedir. Bu baskı itaate ve uymaya yönelik bir baskıdır ve kişiler bir biçimde var olan kalıp yargılara uymadıklarında öfke veya baskı ile karşılaşabilmektedir.

TUİK verilerine bakıldığında, cinsiyetinden dolayı sıklıkla veya her zaman baskıya uğrayan kişilerin %71 gibi bir oranla kadınlar olduğu görülmektedir. Cinsiyetinden dolayı baskıya uğrayanların ve bu durumdan mutsuz olanların özellikle İç Anadolu'nun doğusu, Doğu Karadeniz ve Kuzeydoğu Anadolu'nun bir kısmında yığıldığı görülmektedir. Cinsiyetinden dolayı baskı gören ve bu yüzden daha mutsuz olan kişilerin daha çok ülkenin doğu illerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Güneş vd., 2020).

Bu çalışmada TUİK'ın yaşam memnuniyeti araştırmasının 2021 verileri kullanılarak kişilerin toplumsal baskı algıları araştırılacaktır. Yaşam memnuniyeti araştırması ile, Türkiye'deki bireylerin öznel mutluluk algılaması, sağlık, sosyal güvenlik, örgün eğitim, çalışma hayatı, gelir, kişisel güvenlik ve adalet hizmetleri, kişisel gelişim gibi temel yaşam alanlarındaki memnuniyetleri, toplumsal baskı, beklenti ve umut düzeyleri ölçülmekte ve bunların zaman içindeki değişimi takip edilmektedir. Bu çalışmada da bu araştırmanın cinsiyet, dini inanç, gelenek görenek, gelir düzeyi, işi, işsiz olması, kılık kıyafet, medeni durum, memleket, siyasi görüş ve yaşından dolayı oluşabilecek toplumsal baskı algı verileri gri ilişkisel analiz yöntemi ile araştırılacaktır.

GRI İLİŞKİSEL ANALİZ

Gri İlişkisel Analiz, çok sayıda kriterin olduğu durumlarda, bunları ilişki derecesine göre sıralayarak karar vermede kullanılabilir bir yöntemdir. Gri sistem teorisi ilk olarak Deng (1989) tarafından kullanılmıştır. Belirli bir sistemdeki iki öge veya iki alt sistem arasındaki benzerlikler veya farklılıklar “Gri ilişki” olarak adlandırılır. Ögeler arasındaki benzerlik ve farklılıkların değişimindeki gelişmeleri ölçmekten yararlanan yöntem GİA denir. Bu yöntem, gri bir sistemde rastlanan her bir faktör ile karşılaştırılan faktör (referans) serisi arasındaki ilişkinin düzeyinin belirlenmesini sağlar. Her faktör bir seri (sütun veya satır) olarak tanımlanır. Buna göre, faktörler arasındaki etki derecesi gri ilişki derecesi olarak adlandırılır. İki dizi arasındaki ilişkiyi sayısal ve mantıksal olarak ölçmek amacıyla Gri İlişkisel Analiz yöntemi kullanılabilir ve bu işlem için yapılması gereken karşılaştırılacak diziler arasındaki ilişkiyi sayısal olarak hesaplamaktır. Yapılan işlemler sonucunda hesaplanan ilişki derecesi gri ilişki derecesi olarak adlandırılır (Wang vd., 2004). Gri ilişki derecesi 0-1 arasında değişmektedir (Feng ve Wang, 2000). En genel haliyle GİA, altı adımdan oluşmaktadır (Wen, 2004; Kuo vd., 2008; Zhai vd., 2009; Sakınç, 2014):

1. Aşama: Karar matrisleri oluşturulması:

$$X_i = \begin{bmatrix} x_1(1) & x_1(2) & \cdots & x_1(n) \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_m(1) & x_m(2) & \cdots & x_m(n) \end{bmatrix} \quad (2)$$

2. Aşama: Karşılaştırma matrisleri oluşturulması

Referans serisi

$$X_0 = (X_0(1), X_0(2), X_0(3), X_0(4) \dots \dots \dots X_0(k) \dots \dots \dots X_0(n))$$

biçiminde belirtilmektedir. Denklemdeki $X_0(k)$; k. değer normalize değerlerden en yüksek olanı belirtir. Karar matrislerinin en üst ya da en alt satırlarına referans serileri eklenerek karşılaştırma matrisleri teşkil edilir.

3. Aşama: Normalizasyon matrisleri oluşturulması

Veri seti bu aşamada normalize edilmektedir. Normalizasyon işlemi; farklı büyüklüklerden ve birimlerden oluşan verilerin aynı standarda getirilmesi için yapılmaktadır.

(I) Daha büyük bir değer elde edilmesi isteniyorsa,

$$x_i^* = \frac{X_i(k) - \min_j X_i(k)}{\max X_i(k) - \min_j X_i(k)} \quad (3)$$

formülü;

(II) Daha küçük bir değer elde edilmesi isteniyorsa,

$$x_i^* = \frac{\max_j X_i(k) - X_i(k)}{\max X_i(k) - \min_j X_i(k)} \quad (4)$$

formülü;

(III) Optimal bir değer elde edilmesi isteniyorsa,

$$x_i^* = \frac{X_i(k) - X_{ob}(k)}{\max X_i(k) - X_{ob}(k)} \quad (5)$$

formülü kullanılır. Formüllerde yer alan $X_i(k)$, gözlemlenen mevcut değeri; $\max X_i(k)$ veri setindeki maksimum değeri; $\min X_i(k)$ veri setindeki minimum değeri; $X_{ob}(k)$ ise k. kritere ait hedef değeri belirtmektedir ve $\max X_i(k) \geq X_{ob}(k) \geq X_i(k)$ aralığındadır.

Bu işlemlerin uygulanmasından sonra (1) numaralı karar matrisi aşağıdaki forma (5) dönüşmektedir:

$$X_i^* = \begin{bmatrix} x_1^*(1) & x_1^*(2) & \cdots & x_1^*(n) \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_m^*(1) & x_m^*(2) & \cdots & x_m^*(n) \end{bmatrix} \quad (6)$$

4. Aşama: Mutlak değer tabloları oluşturulması

Bu aşamada X_0^* ve X_i^* 'lerin mutlak değerleri hesaplanmaktadır

$$\Delta_{0i} = |x_0^*(k) - x_i^*(j)| = \begin{bmatrix} \Delta_{01}(1) & \Delta_{01}(2) & \cdots & \Delta_{01}(n) \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \Delta_{0m}(1) & \Delta_{0m}(2) & \cdots & \Delta_{0m}(n) \end{bmatrix} \quad (7)$$

5. Aşama: Gri ilişkisel katsayıları matrislerinin oluşturulması

Gri ilişkisel katsayıları matrisleri aşağıda yer alan formül (7) vasıtasıyla hesaplanmaktadır.

$$\xi_i(k) = \frac{\Delta_{min} + p\Delta_{max}}{\Delta_{0i}(k) + p\Delta_{max}} \quad (8)$$

Formülde yer alan p simgesi ayırıcı katsayıyı ifade etmektedir ve 0 ile 1 arasında değişmekle birlikte literatürdeki çalışmaların çoğunda 0,5 olarak alınmaktadır (Zhai vd., 2009).

6. Aşama: Gri ilişki derecelerinin hesaplanması

Gri ilişki dereceleri aşağıda yer alan formül (8) vasıtasıyla hesaplanmaktadır.

$$\Gamma_{0i} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \gamma_{0i}(j) \quad (9)$$

Formülde yer alan Γ_{0i} simgesi gri ilişki derecesini belirtmektedir ve kriterler eşit önem seviyesinde oldukları zaman kullanılmaktadır. Kriterler farklı ağırlıklara sahip ise (9) numaralı formül kullanılmaktadır.

$$\Gamma_{0i} = \sum_{k=1}^n [W_i(j)\gamma_{0i}(j)] \quad (10)$$

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Veriler

Yaşam Memnuniyeti Araştırması'nın ilki, 2003 yılı Kasım ayında Hanehalkı Bütçe Anketi'ne ek bir modül olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma, 2003 yılından itibaren her yıl düzenli olarak yapılmaktadır. 2003 yılından itibaren Türkiye İstatistik Kurumu her yıl ülke genelinde Yaşam Memnuniyeti Anketi

düzenlemekte ve sonuçlarını yayınlamaktadır. Araştırma, daha önceki yıllarda Türkiye toplamı-kır-kent tahmini verebilecek şekilde tasarlanmakta iken, 2013 yılında ilk defa, il düzeyinde tahmin verebilecek şekilde tasarlanmıştır. 2013 yılında araştırmanın örneklem büyüklüğü, İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) Düzey 3 (81 il) bazında tahmin üretecek şekilde hesaplanmıştır. 2014 yılından itibaren ise Türkiye düzeyinde tahminler üretecek şekilde tasarlanmaktadır. Araştırmada kullanılan anket formunda mutluluk ve yaşam memnuniyeti dışında çok farklı konularla ilgili sorular yer almaktadır. Bu sorulardan bir kısmı da bireylerin hissettikleri toplumsal baskı düzeyiyle ilgilidir. Bu nedenle Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2021 yılı ülke geneli yapılan Yaşam Memnuniyeti araştırmasından cinsiyet, dini inanç, gelenek görenek, gelir düzeyi, işi, işsiz olması, kılık kıyafet, medeni durum, memleket, siyasi görüş ve yaşından dolayı toplumsal baskı algı verileri analize dahil edilmiştir. Araştırma 4788 kişi ile gerçekleştirilmiş ve katılımcıların demografik değişkenlere göre toplumsal baskı algı verileri Tablo 1' de gösterilmiştir.

Tablo 1. Demografik Değişkenlere Göre Toplumsal Baskı Algı Oranları

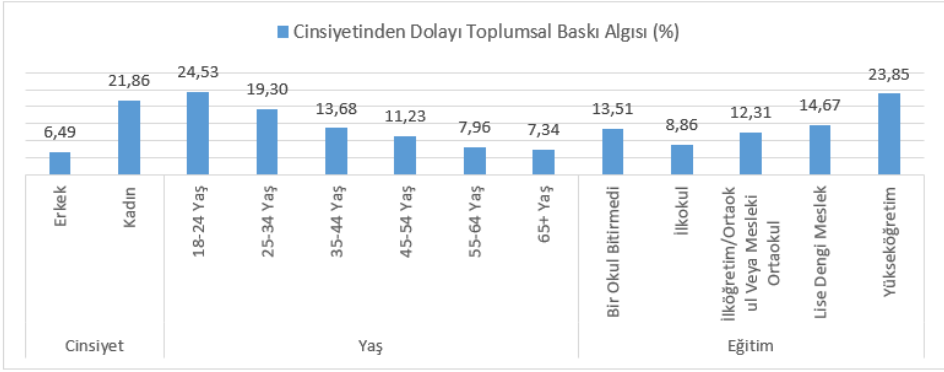
Toplumsal Baskı Algı Oranları (%)		Cinsiyetinden Dolayı	Dini İnançından Dolayı	Gelenek Göreneklerinden Dolayı	Gelir Düzeyinden Dolayı	İşinden Dolayı	İşsiz Olmasından Dolayı	Kılık Kıyafetinden Dolayı	Medeni Durumundan Dolayı	Memleketinden Dolayı	Siyasi Görüşünden Dolayı	Yaşından Dolayı
Cinsiyet	Erkek	6.49	5.54	5.95	7.91	5.00	13.76	3.77	7.85	5.94	9.76	5.12
	Kadın	21.86	7.43	9.32	7.77	5.40	8.57	8.27	9.87	6.13	8.66	7.35
Yaş	18-24 Yaş	24.53	9.90	13.64	12.90	6.27	21.44	11.06	12.39	9.40	11.80	11.10
	25-34 Yaş	19.30	7.99	9.72	9.40	7.52	15.03	7.87	13.54	7.61	12.03	7.75
	35-44 Yaş	13.68	6.80	7.49	7.79	4.42	11.09	6.16	9.21	5.93	10.73	5.35
	45-54 Yaş	11.23	6.40	6.37	7.45	3.37	10.98	4.44	7.02	5.44	8.71	4.96
	55-64 Yaş	7.96	3.23	3.79	5.07	3.44	4.27	2.81	4.53	3.18	4.78	3.34
	65+ Yaş	7.34	3.68	4.22	3.68	1.57	2.79	3.33	4.40	4.01	4.96	4.97
Eğitim	Bir Okul Bitirmedii	13.51	6.46	8.98	7.93	3.73	5.91	5.57	8.21	7.13	6.62	8.15
	İlkokul	8.86	3.83	4.85	5.76	3.64	5.93	3.79	5.64	4.25	5.35	3.88
	İlköğretim/Ortaokul veya Mesleki Ortaokul	12.31	5.85	6.42	9.36	4.62	12.43	5.82	9.19	6.34	8.52	6.09
	Lise Dengi Meslek	14.67	6.13	7.90	7.63	4.91	12.24	6.56	7.81	5.75	9.94	6.45
	Yükseköğretim	23.85	11.40	11.70	10.02	6.93	23.29	9.33	15.10	8.14	16.22	8.50

Araştırmada Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

Çalışmada toplumsal baskıya maruz kalan bireylerin demografik değişkenlerden cinsiyet, yaş ve eğitim durumlarının hangisinde daha çok baskı hissedildiğini belirlemek amacıyla gri ilişki analiz yöntemi uygulanmıştır ve Microsoft Excel programı kullanılarak gri ilişki analizi sonuçları elde edilmiştir.

UYGULAMA

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre cinsiyetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 1’ de yer almaktadır.

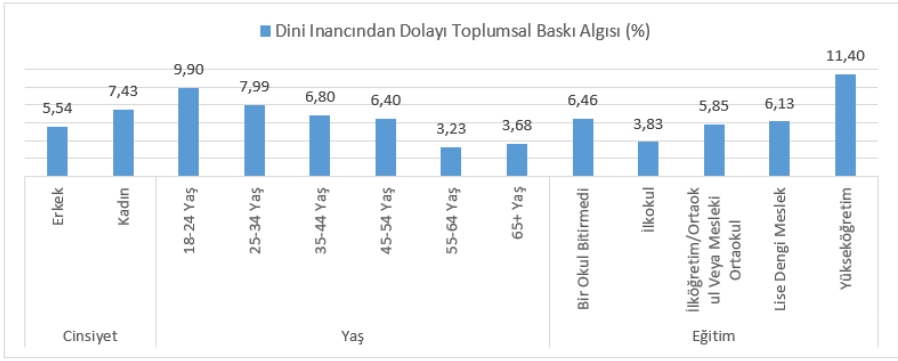


Grafik 1. Demografik Değişkenlere Göre Cinsiyetinden Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

Cinsiyetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %6.19’ u ve kadınların %21.86’ sı cinsiyetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %24.53’i, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %19.30’ u, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %13.68’ i, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %11.23’ ü, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %7.96’ sı, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %7.34’ ü cinsiyetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %13.51’ i, ilkokul mezunu olan bireylerden %8.86’ sı, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %12.31’ i, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %14.67’ si ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %23.85’ i cinsiyetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre dini inancından dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 2’ de yer almaktadır.

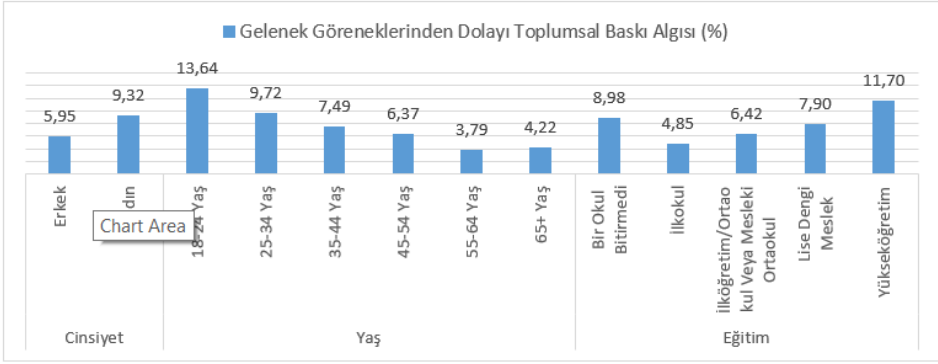


Grafik 2. Demografik Değişkenlere Göre Dini İncancıdan Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

Dini inancıdan dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %5.54' ü ve kadınların %7.43' ü dini inancıdan dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %9.90' ı, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %7.99' u, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %6.80' i, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %6.40' ı, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %3.23' ü, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %3.68' i dini inancıdan dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %6.46' sı, ilköğretim mezunu olan bireylerden %3.83' ü, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %5.85' i, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %6.13' ü ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %11.40' ı dini inancıdan dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre gelenek göreneklerinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 3' te yer almaktadır.

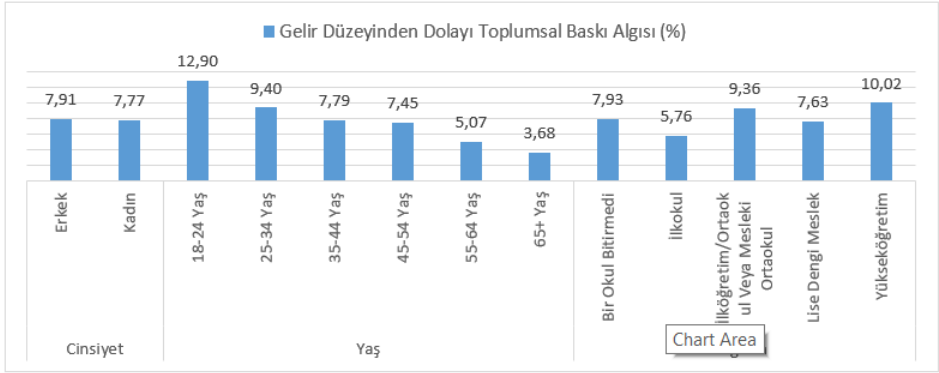


Grafik 3. Demografik Değişkenlere Göre Gelenek Göreneklerinden Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

Gelenek göreneklerinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %5.95' i ve kadınların %9.32' si gelenek göreneklerinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %13.64' ü, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %9.72' si, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %7.49' u, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %6.37' si, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %3.79' u, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %4.22' si gelenek göreneklerinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %8.98' i, ilkokul mezunu olan bireylerden %4.85' i, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %6.42' si, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %7.90' ı ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %11.70' i gelenek göreneklerinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre gelir düzeyinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 4' te yer almaktadır.

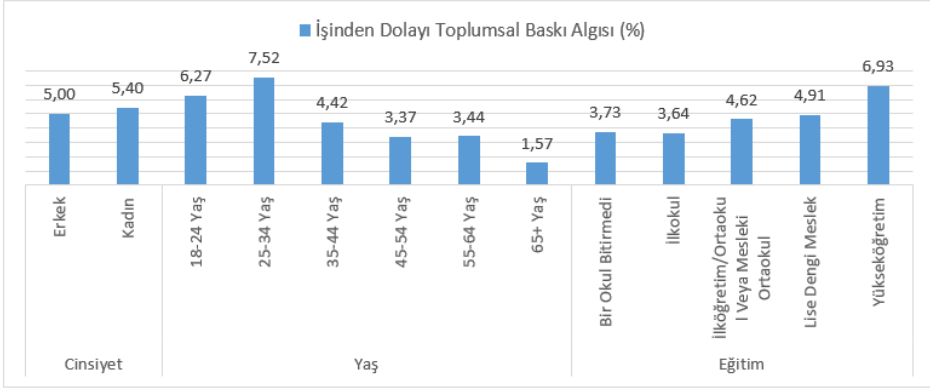


Grafik 4. Demografik Değişkenlere Göre Gelir Düzeyinden Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

Gelir düzeyinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %7.91' i ve kadınların %7.77' si gelir düzeyinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %12.90' ı, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %9.40' ı, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %7.79' u, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %7.45' i, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %5.07' si, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %3.68' i gelir düzeyinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %7.93' ü, ilkokul mezunu olan bireylerden %5.76' sı, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %9.36' sı, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %7.63' ü ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %10.02' si gelir düzeyinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre işinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 5' te yer almaktadır.

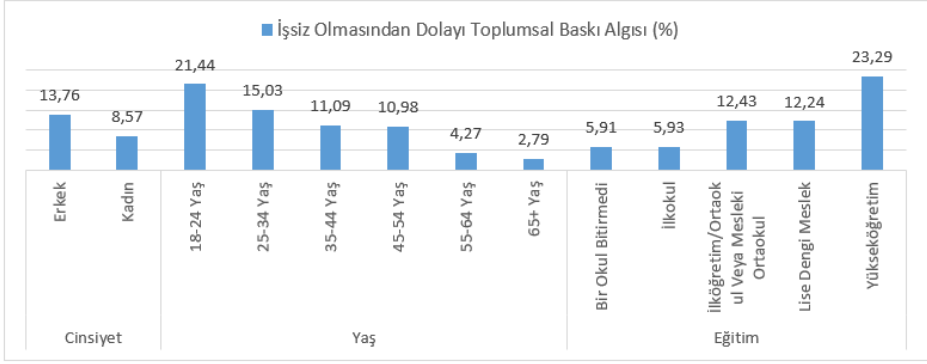


Grafik 5. Demografik Değişkenlere Göre İşinden Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

İşinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %5.00' i ve kadınların %5.40' ı işinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %6.27' si, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %7.52' si, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %4.42' si, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %3.37' si, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %3.44' ü, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %1.57' si işinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %3.73' ü, ilköğretim mezunu olan bireylerden %3.64' ü, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %4.62' si, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %4.91' i ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %6.93' ü işinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre işsiz olmasından dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 6' da yer almaktadır.

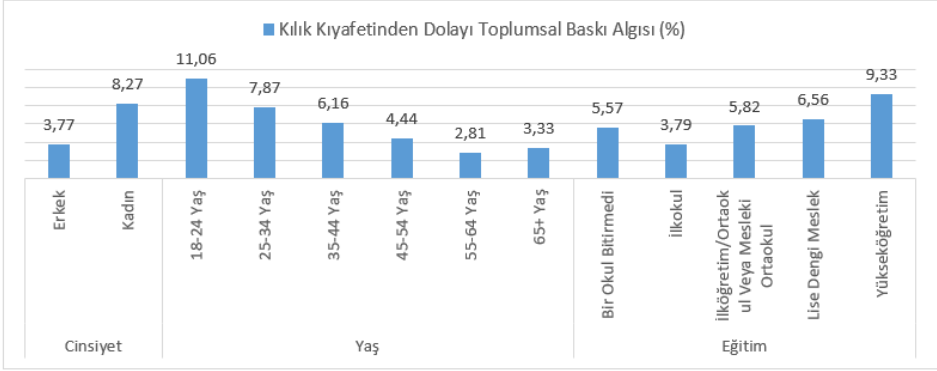


Grafik 6. Demografik Değişkenlere Göre İşsiz Olmasından Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

İşsiz olmasından dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %13.76' sı ve kadınların %8.57' si işsiz olmasından dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %21.44' ü, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %15.03' ü, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %11.09' u, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %10.98' i, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %4.27' si, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %2.79' u işsiz olmasından dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %5.91' i, ilkokul mezunu olan bireylerden %5.93' ü, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %12.43' ü, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %12.24' ü ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %23.29' u işsiz olmasından dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre kılık kıyafetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 7' de yer almaktadır.

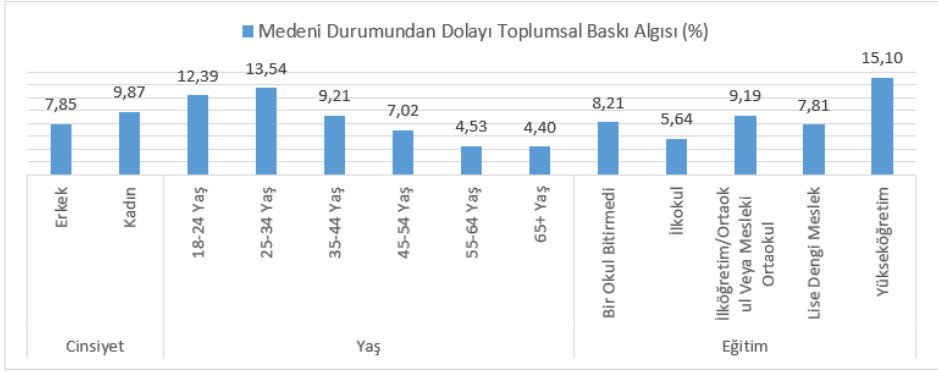


Grafik 7. Demografik Değişkenlere Göre Kılık Kıyafetinden Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

Kılık kıyafetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %3.77' si ve kadınların %8.27' si kılık kıyafetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %11.06' sı, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %7.87' si, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %6.16' sı, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %4.44' ü, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %2.81' i, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %3.33' ü kılık kıyafetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %5.57' si, ilkokul mezunu olan bireylerden %3.79' u, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %5.82' si, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %6.56' sı ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %9.33' ü kılık kıyafetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre medeni durumundan dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 8' de yer almaktadır.

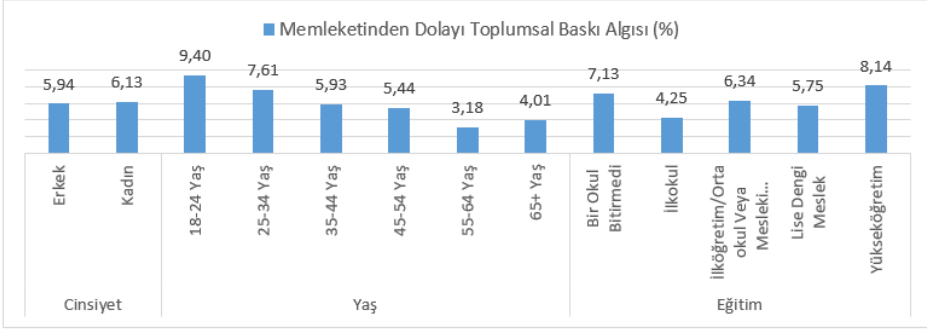


Grafik 8. Demografik Değişkenlere Göre Medeni Durumundan Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

Medeni durumundan dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %7.85' i ve kadınların %9.87' si medeni durumundan dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %12.39' u, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %13.54' ü, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %9.21' i, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %7.02' si, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %4.53' ü, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %4.40' ı medeni durumundan dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %8.21' i, ilköğretim mezunu olan bireylerden %5.64' ü, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %9.19' u, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %7.81' i ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %15.10' u medeni durumundan dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre memleketinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 9' da yer almaktadır.

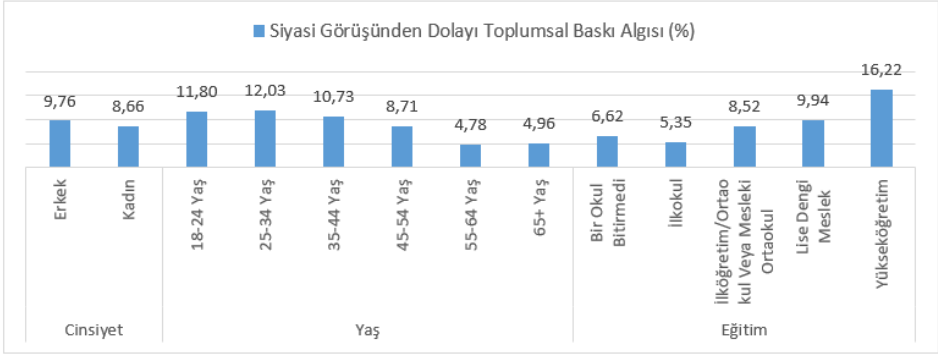


Grafik 9. Demografik Değişkenlere Göre Memleketinden Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

Memleketinden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %5.94' ü ve kadınların %6.13' ü memleketinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %9.40' ı, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %7.61' i, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %5.93' ü, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %5.44' ü, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %3.18' i, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %4.01' i memleketinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %7.13' ü, ilköğretim mezunu olan bireylerden %4.25' i, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %6.34' ü, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %5.75' i ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %8.14' ü memleketinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre siyasi görüşünden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 10' da yer almaktadır.

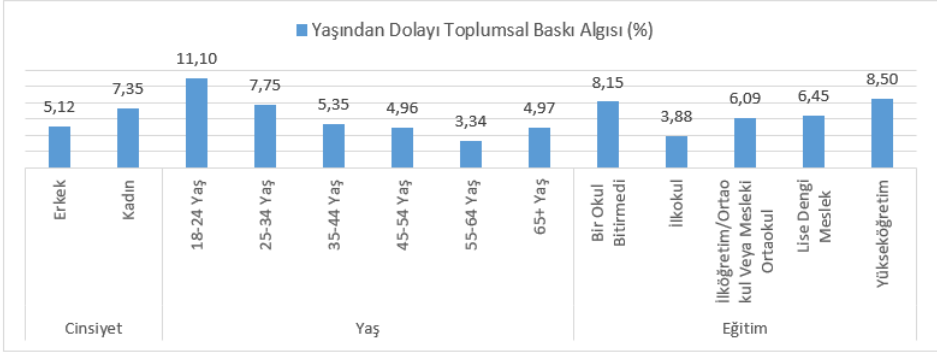


Grafik 10. Demografik Değişkenlere Göre Siyasi Görüşünden Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

Siyasi görüşünden dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %9.76' sı ve kadınların %8.66' sı siyasi görüşünden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %11.80' i, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %12.03' ü, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %10.73' ü, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %8.71' i, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %4.78' i, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %4.96' sı siyasi görüşünden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %6.62' si, ilkokul mezunu olan bireylerden %5.35' i, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %8.52' si, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %9.94' ü ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %16.22' si siyasi görüşünden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitimlerine göre yaşından dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranları Grafik 11' de yer almaktadır.



Grafik 11. Demografik Değişkenlere Göre Yaşından Dolayı Toplumsal Baskı Algı Oranları

Yaşından dolayı toplumsal baskıya maruz kalma oranlarına bakıldığında;

- Erkeklerin %5.12' si ve kadınların %7.35' i yaşından dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- 18-24 yaş arasında olan bireylerin %11.10' u, 25-34 yaş arasında olan bireylerin %7.75' i, 35-44 yaş arasında olan bireylerin %5.35' i, 45-54 yaş arasında olan bireylerin %4.96' sı, 55-64 yaş arasında olan bireylerin %3.34' ü, 65 yaş ve üstünde olan bireylerin %4.97' si yaşından dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.
- Bir okul bitirmeyen bireylerden %8.15' i, ilkokul mezunu olan bireylerden %3.88' i, ilköğretim/ortaokul veya mesleki ortaokul mezunu olan bireylerden %6.09' u, lise dengi meslek okulundan mezun olan bireylerden %6.45' i ve yükseköğretim mezunu olan bireylerden %8.50' si yaşından dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı gözlenmiştir.

Toplumsal baskı algı verisine göre hesaplanan normalizasyon sonuçları Tablo 2' de yer almaktadır. Normalizasyon matrisi aşağıdaki denklemler yardımı ile elde edilmiştir.

Toplumsal baskı algı verileri m ve etki faktörlerinin sayısı n olarak belirlendikten sonra bir m x n değer matrisi (özdeğer matrisi) oluşturulur.

$$x = \begin{bmatrix} x_1(1), & \dots, & x_1(n) \\ \dots, & \dots, & \dots \\ x_m(1), & \dots, & x_m(n) \end{bmatrix}$$

Veriyi standartlaştırmak için üç farklı formül kullanılmaktadır. Bunlar;

1. Maksimize edilmek istenen değer için kullanılan standartlaştırma formülü;

$$x_i(k) = \frac{x_i(k) - \min x_i(k)}{\max x_i(k) - \min x_i(k)}$$

2. Minimize edilmek istenen değer için kullanılan standartlaştırma formülü;

$$x_i(k) = \frac{\max x_i(k) - x_i(k)}{\max x_i(k) - \min x_i(k)}$$

3. Optimize edilmek istenen değer için kullanılan standartlaştırma formülü;

$$x_i(k) = \frac{|x_i(k) - x_0(k)|}{\max x_i(k) - x_0(k)}$$

Tablo 2. Normalizasyon Matrisi

		Cinsiyetinden Dolayı	Dini İnanandan Dolayı	Gelenek Göreneklerinden Dolayı	Gelir Düzeyinden Dolayı	İşinden Dolayı	İşsiz Olmasından Dolayı	Kalık Kıyafetinden Dolayı	Medeni Durumundan Dolayı	Memleketinden Dolayı	Siyasi Görüşünden Dolayı	Yaşından Dolayı
Cinsiyet	Erkek	0.00	0.28	0.22	0.46	0.58	0.54	0.12	0.32	0.44	0.44	0.23
	Kadın	0.85	0.51	0.56	0.44	0.64	0.28	0.66	0.51	0.47	0.34	0.52
Yaş	18-24 Yaş	1.00	0.82	1.00	1.00	0.79	0.91	1.00	0.75	1.00	0.61	1.00
	25-34 Yaş	0.71	0.58	0.60	0.62	1.00	0.60	0.61	0.85	0.71	0.63	0.57
	35-44 Yaş	0.40	0.44	0.38	0.45	0.48	0.41	0.41	0.45	0.44	0.52	0.26
	45-54 Yaş	0.26	0.39	0.26	0.41	0.30	0.40	0.20	0.24	0.36	0.34	0.21
	55-64 Yaş	0.08	0.00	0.00	0.15	0.31	0.07	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00
	65+ Yaş	0.05	0.06	0.04	0.00	0.00	0.00	0.06	0.00	0.13	0.02	0.21
Eğitim	Bir Okul Bitirmedir	0.39	0.40	0.53	0.46	0.36	0.15	0.33	0.36	0.63	0.16	0.62
	İlkokul	0.13	0.07	0.11	0.23	0.35	0.15	0.12	0.12	0.17	0.05	0.07
	İlköğretim/Ortaokul veya Mesleki Ortaokul	0.32	0.32	0.27	0.62	0.51	0.47	0.36	0.45	0.51	0.33	0.35
	Lise Dengi Meslek	0.45	0.35	0.42	0.43	0.56	0.46	0.45	0.32	0.41	0.45	0.40
	Yükseköğretim	0.96	1.00	0.80	0.69	0.90	1.00	0.79	1.00	0.80	1.00	0.66

Çalışmada toplumsal baskı algının maksimize edilmesi amaçlanmıştır. Sonraki aşamalarda gri ilişkisel derecenin saptanması yer almaktadır. Karşılaştırılan seriler ile referans serilerin mutlak farkı aşağıdaki formül kullanılarak elde edilmiştir.

$$\Delta x_i(k) = |x_0(k) - x_i(k)|$$

Tablo 3. Mutlak Değer Uzaklık Matrisi

		Cinsiyetinden Dolayı	Dini İnançından Dolayı	Gelenek Göreneklerinden Dolayı	Gelir Düzeyinden Dolayı	İşinden Dolayı	İşsiz Olmasından Dolayı	Kılık Kıyafetinden Dolayı	Medeni Durumundan Dolayı	Memleketinden Dolayı	Siyasi Görüşünden Dolayı	Yaşından Dolayı
Cinsiyet	Erkek	1.00	0.72	0.78	0.54	0.42	0.46	0.88	0.68	0.56	0.56	0.77
	Kadın	0.15	0.49	0.44	0.56	0.36	0.72	0.34	0.49	0.53	0.66	0.48
Yaş	18-24 Yaş	0.00	0.18	0.00	0.00	0.21	0.09	0.00	0.25	0.00	0.39	0.00
	25-34 Yaş	0.29	0.42	0.40	0.38	0.00	0.40	0.39	0.15	0.29	0.37	0.43
	35-44 Yaş	0.60	0.56	0.62	0.55	0.52	0.59	0.59	0.55	0.56	0.48	0.74
	45-54 Yaş	0.74	0.61	0.74	0.59	0.70	0.60	0.80	0.76	0.64	0.66	0.79
	55-64 Yaş	0.92	1.00	1.00	0.85	0.69	0.93	1.00	0.99	1.00	1.00	1.00
	65+ Yaş	0.95	0.94	0.96	1.00	1.00	1.00	0.94	1.00	0.87	0.98	0.79
Eğitim	Bir Okul Bitirmede	0.61	0.60	0.47	0.54	0.64	0.85	0.67	0.64	0.37	0.84	0.38
	İlkokul	0.87	0.93	0.89	0.77	0.65	0.85	0.88	0.88	0.83	0.95	0.93
	İlköğretim/Ortaokul veya Mesleki Ortaokul	0.68	0.68	0.73	0.38	0.49	0.53	0.64	0.55	0.49	0.67	0.65
	Lise Dengi Meslek	0.55	0.65	0.58	0.57	0.44	0.54	0.55	0.68	0.59	0.55	0.60
	Yükseköğretim	0.04	0.00	0.20	0.31	0.10	0.00	0.21	0.00	0.20	0.00	0.34

Ayırt edici katsayı p, 0 ile 1 arasındadır. Genel olarak, ayırt edici katsayı değeri olarak 0.5 seçilmektedir. Gri ilişkisel analizde, Gri ilişkisel katsayısı aşağıdaki gibi bulunmaktadır.

$$\xi_i(j) = \frac{\Delta min + p\Delta max}{\Delta x_i(k) - p\Delta max}$$

Tablo 4. Gri İlişkisel Katsayısı

		Cinsiyetinden Dolayı	Dini İnancından Dolayı	Gelenek Göreneklerinden Dolayı	Gelir Düzeyinden Dolayı	İşinden Dolayı	İşsiz Olmasından Dolayı	Kılık Kıyafetinden Dolayı	Medeni Durumundan Dolayı	Memleketinden Dolayı	Siyasi Görüşünden Dolayı	Yaşından Dolayı
Cinsiyet	Erkek	0.33	0.41	0.39	0.48	0.54	0.52	0.36	0.42	0.47	0.47	0.39
	Kadın	0.77	0.51	0.53	0.47	0.58	0.41	0.60	0.51	0.49	0.43	0.51
Yaş	18-24 Yaş	1.00	0.73	1.00	1.00	0.70	0.85	1.00	0.66	1.00	0.56	1.00
	25-34 Yaş	0.63	0.55	0.56	0.57	1.00	0.55	0.56	0.77	0.63	0.58	0.54
	35-44 Yaş	0.45	0.47	0.44	0.47	0.49	0.46	0.46	0.48	0.47	0.51	0.40
	45-54 Yaş	0.40	0.45	0.40	0.46	0.42	0.45	0.38	0.40	0.44	0.43	0.39
	55-64 Yaş	0.35	0.33	0.33	0.37	0.42	0.35	0.33	0.34	0.33	0.33	0.33
	65+ Yaş	0.34	0.35	0.34	0.33	0.33	0.33	0.35	0.33	0.37	0.34	0.39
Eğitim	Bir Okul Bitirmedi	0.45	0.45	0.51	0.48	0.44	0.37	0.43	0.44	0.58	0.37	0.57
	İlkokul	0.37	0.35	0.36	0.39	0.43	0.37	0.36	0.36	0.38	0.34	0.35
	İlköğretim/Ortaokul veya Mesleki Ortaokul	0.42	0.42	0.41	0.57	0.51	0.49	0.44	0.48	0.50	0.43	0.44
	Lise Dengi Meslek	0.48	0.44	0.46	0.47	0.53	0.48	0.48	0.42	0.46	0.48	0.45
	Yükseköğretim	0.93	1.00	0.72	0.62	0.84	1.00	0.70	1.00	0.71	1.00	0.60

Gri ilişkisel katsayılar matrisindeki veriler sonucuna göre gri ilişki dereceleri elde edilmiştir.

İlişkisel derece aşağıdaki formül yardımı ile elde edilmiştir. Bu formül, öğelerin gri derecesi eşit derecede önemli olduğunda kullanılmaktadır. Bu çalışmada seriler seçilirken eşit önem düzeyinde kabul edilebilecek şekilde seçilmiş ve 7 numaralı formül uygulanmıştır.

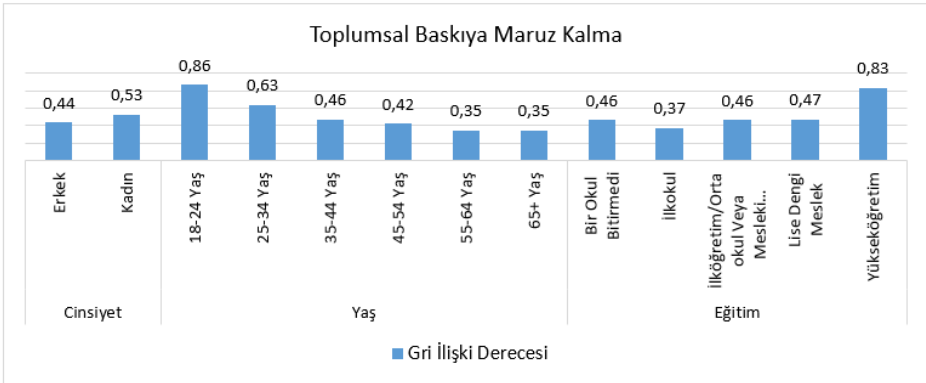
$$r_i = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^n [x_i(k)]$$

Tablo 5. Toplumsal Baskı Algıya İlişkin Gri İlişki Derecesi ve Sıralaması

		Gri İlişki Derecesi	Sıralama
Cinsiyet	Kadın	0.528	1
	Erkek	0.436	2
Yaş	18-24 Yaş	0.865	1
	25-34 Yaş	0.631	2
	35-44 Yaş	0.464	3
	45-54 Yaş	0.421	4
	55-64 Yaş	0.348	5
	65+ Yaş	0.346	6
Eğitim	Yükseköğretim	0.828	1
	Lise Dengi Meslek	0.468	2
	İlköğretim/Ortaokul veya Mesleki Ortaokul	0.463	3
	Bir Okul Bitirmedi	0.463	4
	İlkokul	0.370	5

Not: Gri ilişki derecesi 1' e yaklaştıkça daha fazla toplumsal baskıya maruz kaldığı anlamına gelmektedir.

Cinsiyeti kendi arasında kıyaslırsak kadınların daha çok toplumsal baskıya maruz kaldıkları; yaşı kendi içinde kıyaslırsak 18-24 yaş arasındaki bireylerin daha çok toplumsal baskıya maruz kaldıkları; eğitimi kendi içinde kıyaslırsak yükseköğretim mezunu olan bireylerin daha çok toplumsal baskıya maruz kaldıkları sonucuna varılmıştır.

**Grafik 12.** Gri İlişki Derecesine Göre Toplumsal Baskıya Maruz Kalma

Gri ilişki analiz sonucuna göre 18-24 yaş arasında olan bireylerin daha çok toplumsal baskıya maruz kaldıkları (0.865), sonrasında yükseköğretimden mezun olan (0.828) ve 25-34 yaş arasında olan bireylerin (0.631) toplumsal baskıya maruz kaldıkları sonucuna varılmıştır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Toplumun ve en küçük sosyal kurum olan ailenin bir parçası olan insan, toplumda yaşamının bir sonucu olarak hayatı boyunca kültürel ve sosyal anlamda olumlu ya da olumsuz tepkilere, yönlendirmelere, teşvik ve eleştirilere maruz kalmakta ve yine toplumca benimsenmiş kültürel ve sosyal normlara uygun biçimde yaşamak zorunda bırakılmaktadır. İnsandan, yaşadığı toplumun gereklerine göre davranması, giyinmesi ve sosyalleşmesi beklenmektedir. Toplumun insanlar üzerinde oluşturduğu ruhsal ve davranışsal yaptırım gücünü ifade eden toplumsal baskı, toplum tarafından kabul görmüş davranış ve düşünce biçimlerinin, toplumun tüm kişilere benimsetilme çabası sonucunda ortaya çıkmıştır. Toplumsal baskı, toplum içinde yer alan bütün kişiler üzerinde hissedilmekte ve toplumsal cinsiyet algısına bağlı olarak da kadınlar üzerinde daha etkili olduğu görülmektedir. Özellikle toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin belirgin olarak yaşandığı geleneksel toplumlarda, az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde kadınların maruz kaldığı toplumsal baskı daha şiddetli ve yaygın olmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından her yıl düzenli olarak Yaşam Memnuniyeti Araştırması gerçekleştirilmekte ve bu araştırmada, katılan kişilerin çeşitli konular hakkında hissettikleri toplumsal baskıyı belirlemek amacıyla sorular da yer almaktadır. Bu çalışmada sözü edilen sorular içinde yer alan, katılımcıların cinsiyet, dini inanç, gelenek görenek, gelir düzeyi, işi, işsiz olması, kılık kıyafet, medeni durum, memleket, siyasi görüş ve yaşından konularında hissettikleri toplumsal baskıyı belirlemek amacıyla sorulan sorular temel alınmış ve böylece hissedilen toplumsal baskı algıları gri ilişki model ile analiz edilmiştir.

Gerçekleştirilen analizler sonucunda:

- Kadınların, 18-24 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin daha çok cinsiyetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı;
- Kadınların, 18-24 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin dini inancından dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı;
- Kadınların, 18-24 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin gelenek göreneklerinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı;

- Erkeklerin, 18-24 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin gelir düzeyinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı;
- Kadınların, 25-34 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin işinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı;
- Erkeklerin, 18-24 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin işsiz olmasından dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı;
- Kadınların, 18-24 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin kılık kıyafetinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı;
- Kadınların, 25-34 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin medeni durumundan dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı;
- Kadınların, 18-24 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin memleketinden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı;
- Erkeklerin, 25-34 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin siyasi görüşünden dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı;
- Kadınların, 18-24 yaş arasında olan bireylerin ve yükseköğretim mezunu olan bireylerin yaşından dolayı toplumsal baskıya maruz kaldığı

sonucuna ulaşılmıştır.

Cinsiyeti kendi arasında kıyaslarsak kadınların daha çok toplumsal baskıya maruz kaldıkları; yaşı kendi içinde kıyaslarsak 18-24 yaş arasındaki bireylerin daha çok toplumsal baskıya maruz kaldıkları; eğitimi kendi içinde kıyaslarsak yükseköğretim mezunu olan bireylerin daha çok toplumsal baskıya maruz kaldıkları görülmektedir.

Gri ilişki analiz sonucuna göre, 18-24 yaş arasında olan bireylerin daha çok toplumsal baskıya maruz kaldıkları, sonrasında yükseköğretimden mezun olan ve 25-34 yaş arasında olan bireylerin toplumsal baskıya maruz kaldıkları sonucuna varılmıştır.

Sonuç olarak, kadınlar cinsiyet, medeni durum ve giyim kuşamları konusunda erkeklerden daha fazla toplumsal baskı; erkekler ise, siyasi görüş, gelir durumu ve işsizlik konularında kadınlardan daha fazla toplumsal baskı hissetmektedir. Genel olarak bakıldığında, genç yaşlarda cinsiyet, medeni durum ve kılık kıyafet konusunda toplumsal baskının daha fazla hissedildiği ve eğitim seviyesi yükseldikçe de toplumsal baskının daha fazla hissedildiği ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Beyoğlu, O. (2020). Toplum Baskısı, Kıbrıs Gazetesi 23 Eylül 2020, Çevrimiçi: <https://www.kibrisgazetesi.com/toplum-baskisi-social-pressure-makale,12364.html> Erişim Tarihi: 02/02/2023.
- Deng, J. (1989). Introduction to grey system theory. *The Journal of Grey System*, 1(1989), 1- 24.
- Dökmen, Z. Y. (2004). *Toplumsal cinsiyet, sosyal psikolojik açıklamalar*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Emirbayer, M. (1997). Manifesto for a Relational Sociology *American Journal of Sociology*, 103 (2), 281-317.
- Foucault, M. (2012). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Vintage.
- Feng, C.M., Wang, R.T. (2000). Performance Evaluation for Airlines Including The Consideration of Financial Ratios. *Journal of Air Transport Management*, 6, 133- 142.
- Greenwood, J. D. (2003). *The disappearance of the social in American social psychology*. Cambridge University Press.
- Güneş, B. , Taş, İ. & Acar, S. (2020). Türkiye’de İllerin Mutluluğu . *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* , 75 (2) , 747-774 . DOI: 10.33630/ausbf.662294.
- Kuo, Y., Yang, T., & Huang, G. W. (2008). The use of grey relational analysis in solving multiple attribute decision-making problems. *Computers & industrial engineering*, 55(1), 80-93.
- Moscovici, S. (1976). *Social influence and social change* (Vol. 10). Academic Press.
- Nettle D. (2018). The cultural and the agentic. In: *Hanging on to the edges: essays on science, society, and the academic life*. Open Book Publishers.
- Sakinc. İ. (2014). “Using GreyRelational Analysis to Determinethe Financial Performance of Turkish Football Clubs”. *Journal of Economics Library*, 1(1), 22-33.
- Scoppa, V. (2021). Social pressure in the stadiums: Do agents change behavior without crowd support?. *Journal of economic psychology*, 82, 102344.
- Searle, J. (2010). *Making the social world: The structure of human civilization*. Oxford University Press.
- Wang, R. T., Ho, C. T., Feng, C. M., & Yang, Y. K. (2004). A comparative analysis of the operational performance of Taiwan's major airports. *Journal of Air Transport Management*, 10(5), 353-360.
- Wen, K. L. (2004). The grey system analysis and its application in gas breakdown and var compensator finding. *International Journal of Computational Cognition*, 2(1), 21-44.

Zhai, L. Y., Khoo, L. P., & Zhong, Z. W. (2009). Design concept evaluation in product development using rough sets and grey relation analysis. *Expert systems with applications*, 36(3), 7072-7079.

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yasam-Memnuniyeti-Arastirmasi-2021-45832>.Erişim tarihi:10/11/2022.

15. Bölüm

Covid 19 Fobisi, İnternet Bağımlılığı Ve Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Yobü Öğrencileri Örneği*

Sema ARSLAN¹
Zuhal AKGÜN²

*Bu çalışma, “TUBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı 2021/2 -1919B012106327 Başvuru Numaralı Proje” kapsamında gerçekleştirilmiştir.

1 Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, semanurarslan1@gmail.com

2 r. Öğretim Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, zuhal.akgun@bozok.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5737-7920

Giriş

Teknoloji hızla gelişmekte ve hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Çevresel faktörlerde bu süreci desteklemektedir. Özellikle Covid 19 pandemisi ile bir zorunluluk haline gelen internet kullanımının iş, eğitim, alışveriş gibi pek çok açıdan tercih edildiği, yaygınlaştığı ve giderek bağımlılığa dönüştüğü söylenebilmektedir. İnternet kullanımının yaygınlaşması alışveriş alışkanlıklarını da yönlendirmiş, gelenekselden internete kayan bir alışveriş sürecini başlatmıştır. Pandemi döneminde yaşanan kısıtlamalar ve evde kalma dönemlerinde internet vasıtasıyla alışverişe olan ilgi artmıştır. Pandemi sürecinin ilk zamanlarında zorunlu olan çevrimiçi alışveriş seçeneği giderek günlük rutin haline gelmekte ve bazen bireyi gerekli olmadığı halde satın alma eylemini gerçekleştirmesi için ikna edebilmektedir. Covid 19 virüsüne karşı alınan önlemler çerçevesinde hızla benimsenen internetten alışveriş olgusu günümüzde bir bağımlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan çevrimiçi satın alma davranışının pandemi döneminde kompulsif hale geldiği söylenebilmektedir. Kompulsif satın alma (onyomani) kontrol edilemeyen, takıntılı, pahalı ve zaman alıcı, sosyal, kişisel ve mali açıdan olumsuz sonuçlar ortaya çıkaran bir tür dürtü kontrol bozukluğu olarak tanımlanmaktadır (Kellett & Bolton, 2009).

Pandemi şartlarında en uygun alışveriş modeli olarak nitelendirilen çevrimiçi alışverişin bir bağımlılık haline geldiği varsayımı altında yapılan bu araştırma, üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma niyetini Covid 19 fobisi ekseninde değerlendirmektedir. İnterneti hemen her alanda ustaca kullanan Z kuşağının en önemli temsilcisi konumundaki üniversite öğrencilerinin Covid 19 virüsüne yönelik korkusu, internet kullanımı ve internetten alışveriş bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Çalışma, üniversite gençliğinin internet ve çevrimiçi alışveriş ile olan ilişkisine Covid 19 fobisi merkezli bağımlılık perspektifinden bakarak literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

Son yüzyılın en önemli doğal felaketlerinden biri olan Covid 19 salgınına yönelik hissedilen belirsizlik ve kaygı, korku iklimi oluşmasına neden olmuş, küresel çapta ve her alanda değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. İş ve sosyal yaşam tarzında yaşanan değişimler tüketim davranışlarını da etkilemiştir. Rasyonel düşüncenin yerine korkunun hâkim olduğu bu süreçte özellikle internet kullanımının ve alışveriş davranışlarının değiştiği söylenebilmektedir. Covid 19 sürecinde bireylerin hastalığa yakalanma oranını düşürmek amacıyla evlere kapanması, işlerini ya da eğitimlerini bilgisayarlar üzerinden yapma

zorunluluğu internet ile olan ilişkisinin, fiziksel mağazaların kapanması ve sokağa çıkma yasaklarının olması alışveriş davranışlarının değişmesine, yeni bağımlılıkların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu bağımlılıklar internet ve çevrimiçi satın alma bağımlılıkları olarak nitelendirilebilmektedir.

Bağımlılık, beyinde fizyolojik değişikliklere yol açan bir davranışla yoğun olarak meşgul olma durumuna atıfta bulunmaktadır. Kontrol kaybı ve birey için psikolojik, fiziksel, sosyal olarak olumsuz sonuçlarla karakterize edilen (Rose & Dhandayudham, 2014), ruhsal değişimlere neden olan biyopsikososyal bir problem olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım & Sütçü, 2016). Bağımlılık yapan davranış ise olumsuz sonuçlara yol açan aşırı davranışları tarif etmektedir (Rose & Dhandayudham, 2014). Kavram genelde fiziksel madde bağımlılığı (alkol, sigara, uyuşturucu) ile birlikte anılmakla beraber son yıllarda yeme, bilgisayar, oyun, televizyon, internet ve alışveriş bağımlılığı gibi davranışsal bağımlılıklardan da söz edilmektedir. (Günüç ve Kayrı, 2010).

İnternet bağımlılığı, internet başında uzun vakit geçirmek, kullanıma yönelik isteğin engellenememesi, kontrol edilememesi, erişim kısıtlandığında ise saldırgan tavırların ortaya çıktığı ve beraberinde kişinin iş ve sosyal hayatının tedricen bozulması olarak tanımlanmaktadır (Kartal, 2018). İnternet bağımlılığı, internet erişimi ve bilgisayar kullanımı ile ilgili bozulmaya veya sıkıntıya yol açan aşırı veya zayıf bir şekilde kontrol edilen meşguliyetler, dürtüler veya davranışlarla ilişkilendirilmektedir (Shaw & Black, 2008). Kişinin yaşamında bağımlılık düzeyinde internet kullanılması psikososyal ve bilişsel olumsuzluklar doğurabilmektedir. Bu durum özellikle gençlerde psikolojik rahatsızlıklar, sosyal sorunlar ve sağlık problemlerine neden olabilmektedir (Kartal, 2018). İnternet bağımlılığının tetiklediği bir diğer kontrol edilemeyen davranış biçimi çevrimiçi alışveriş olarak belirtilmektedir (Young, 1996). Çevrimiçi alışveriş, geleneksel yollarla sürdürülen satın alma davranışlarının çevrimiçi platformlara aktarılmış halidir (Kükrek, 2020).

İnternet sayesinde yaygınlaşan çevrimiçi alışveriş, aşırı ve kontrol edilemeyen düzeye eriştiğinde bu davranış literatürde “çevrimiçi alışveriş bağımlılığı” olarak değerlendirilmektedir (Leblebicioğlu & Türkyılmaz, 2022). Bu kavramı LaRose ve Eastin (2002) kontrolden çıkan çevrimiçi satın alma davranışı, Zhao, Tian, ve Xin, (2017) ekonomik, sosyal ve duygusal sorunlarla bağlantılı durumlara yol açan, internet üzerinden sorunlu, zorlayıcı ve aşırı biçimde alışveriş yapma eğilimi şeklinde tanımlanmaktadır.

2. Araştırmanın Yöntemi

2.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

2019 yılının son dönemlerinde Çin merkezli ortaya çıkan ve kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alan Covid 19 hastalığı bir salgına dönüşerek pek çok açıdan bireyleri etkilemiştir. Salgının seyrinde alınan tedbirler, evden çıkma yasakları ve hastalığın ölümcül sonuçları olması bir korku iklimini ortaya çıkarmıştır. Covid 19 fobisinin (korkusunun) beraberinde evde kalma sürelerinin uzamasının o dönemde tek sosyalleşme aracı olan internet kullanımını tetiklediği söylenebilmektedir. Bununla beraber alışveriş mekânlarının kapanması çevrimiçi alışveriş davranışının da benimsenme düzeyini etkilemiştir. Bu varsayımlardan yola çıkarak yapılan bu çalışma Covid 19 fobisinin, üniversite öğrencilerinin internet kullanımı ve çevrimiçi alışverişe yönelim açısından tutumlarında bir etkiye sahip olup olmadığını araştırmaktadır. Çünkü bu etkinin bireyler için bir bağımlılık haline gelip gelmediğinin tespit edilmesi gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı, Covid 19 fobisinin bireylerin internet ve çevrimiçi alışveriş bağımlılığının demografik değişkenler ışığında incelemektir. Ayrıca Covid 19 fobisinin ortaya çıkardığı sonuçlardan biri olan bağımlılıkların tespiti için literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir.

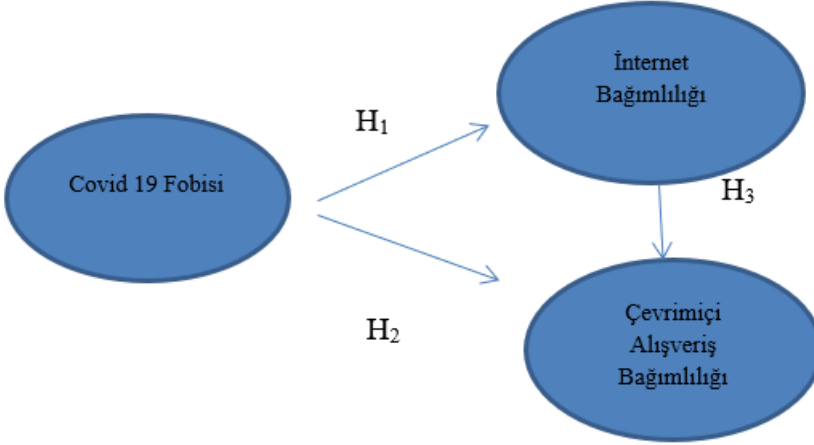
2.2. Araştırmanın Örnekleme

Tüm dünyada ve Türkiye’de Covid 19 pandemisi beraberinde pek çok açıdan yeni bağımlılıklar ortaya çıkarmıştır. Bu bağımlılıklar; hijyen bağımlılığı, teknoloji bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı (Erdoğan, 2020) olarak değerlendirilmeye beraber internet bağımlılığı ve çevrimiçi alışveriş bağımlılığından da söz etmek mümkündür. Bu varsayım altında, bu çalışmada Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmanın ana kütesini Yozgat Bozok Üniversitesi (YOBÜ) öğrencileri oluşturmaktadır. Örnekleme yöntemi olarak, ana kütle içerisinde seçilecek birimin görüşmeciyeye bırakıldığı (Haşiloğlu vd., 2015) tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örnekleme 2022-2023 eğitim öğretim dönemi güz yarıyılında üniversite kampüsünde bulunan öğrencilerden oluşturmaktadır.

2.3. Araştırmanın Modeli

Çalışma verileri, genel bilgi formu, Covid-19 fobisi ölçeği (Arpacı, Karataş & Baloğlu, 2020), internet bağımlılığı ölçeği (Şahin & Korkmaz, 2011) ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı ölçeği (Kartal, 2018) kullanılarak hazırlanan anket yöntemi ile toplanmıştır. Geliştirilen model çerçevesinde oluşturulan

hipotezler ve araştırma sorularına SPSS paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Gönüllülük esasına göre yapılan anket çalışması sonucu elde edilen 650 anketten analize dâhil edilebilir nitelikte olan 539 anketten elde edilen veriler analiz için kullanılmıştır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

2.4. Araştırma Soruları ve Hipotezler

Model çerçevesinde geliştirilen hipotezler, çalışma grubu için Covid 19 fobisi ile internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını araştırmaktadır. Korelasyon analizi yapılarak hipotezler test edilmiştir.

H₁: Covid-19 fobisi ile internet bağımlılığı arasında ilişki vardır.

H₂: Covid-19 fobisi ile çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasında ilişki vardır.

H₃: İnternet bağımlılığı ile çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasında ilişki vardır.

Bu çalışmada yanı zamanda Covid-19 fobisi ile internet bağımlılığı ve çevrimiçi alışverişe yönelim demografik veri seti içerisinde yer alan değişkenler açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığına cevap aranmaktadır. Araştırma soruları yanıtlanırken değişkenler arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan analizlerde iki farklı gruptan oluşan demografik bağımsız değişkenler ile Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemek için Bağımsız T testi; yaş, eğitim birimi, internette geçirilen süre, online alışveriş yapma durumuna göre değişimlerini belirlemek için ise ANOVA analizi yapılmıştır.

2.5. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

2.5.1. Genel Bilgi Toplama Formu

Araştırmacılar tarafından oluşturulan bu bölümde katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim gördükleri birim gibi demografik verilerin yanı sıra Covid 19 öncesinde ve sürecinde internet kullanma sıklığı, online alışveriş yapma sıklığı gibi ifadeler yer almaktadır.

2.5.2. Covid 19 Fobisi Ölçeği (C19FÖ)

Çalışmada katılımcıların Covid 19 hastalığına yönelik korkularını ölçmek amacıyla Arpacı, Karataş ve Baloğlu (2020) tarafından geliştirilen, psikolojik (6 ifade), somatik (5 ifade), ekonomik (4 ifade) ve sosyal (5 ifade) olmak üzere dört faktörlü 20 ifadeden oluşan Covid 19 Fobisi Ölçeği kullanılmıştır. Her bir alt faktörün puanı 5’li likert ölçeği ile elde edilen yanıtların puanlarının toplamı ile elde edilmektedir. Toplam puan ise bu faktörlerin toplanması ile bulunmaktadır. Puanlar 20 ila 100 arasında değişmekte, yüksek puan yüksek Covid 19 fobisi anlamına gelmektedir.

2.5.3. İnternet Bağımlılığı Ölçeği (İBÖ)

Şahin ve Korkmaz (2011) tarafından Türkçe’ye uyarlanan, orijinali Hahn ve Jerusalem (2001) tarafından tasarlanan, “İnternet Bağımlılığı Ölçeği (Internet Addiction Scale)” 19 maddeden ve 3 alt faktörden oluşmaktadır. Bu faktörler kontrol kaybı (1-7 madde), daha fazla online kalma isteği (8-11) ve sosyal ilişkilerde olumsuzluktur (12-19). Her bir alt faktörün puanı 5’li likert ölçeği ile elde edilen yanıtların puanlarının toplamı ile elde edilmektedir. Toplam puan ise bu faktörlerin toplanması ile bulunmaktadır. Puanlar 19 ila 95 arasında değişmekte, yüksek puan yüksek internet bağımlılığı anlamına gelmektedir.

2.5.4. Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Ölçeği

Zhao, Tian, ve Xin (2017) tarafından geliştirilen “Online Shopping Addiction Scale” adlı ölçek Kartal (2018) tarafından Türkçe’ye uyarlanan Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Ölçeği 19 maddeden ve 3 alt faktörden oluşmaktadır. Bu faktörler emosyonel (7 ifade), sosyal (5 ifade) ve kontrol (6 ifade) olmak üzere 3 alt faktörü bulunmaktadır.

3. Analiz Ve Bulgular

Bir araştırma sonuçlarının doğru yorumlanması verilerin doğru analizinde belirli konulara dikkat edilmesi ile mümkün olmaktadır. Bu açıdan uygulamada, bir araştırmaya ilişkin anlamlı bilgiler elde etmek için elde edilen veri seti dağılımının normal yâda normale yakın olması istenmektedir. Değişkenlere ait

verilerin dağılımının normal olup olmadığına bakmak amacıyla çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayılarına bakılabilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013: 79).

Tablo 1. Ölçekler Veri Seti İstatistikleri

Ölçekler		İstatistik	Standart Hata
C19FÖ	Ortalama	2,0835	,04120
	Medyan	2,0000	
	Varyans	,915	
	Std. Sapma	,95653	
	Çarpıklık	,979	,105
	Basıklık	,802	,210
ÇSABÖ	Ortalama	2,2115	,04136
	Medyan	2,0000	
	Varyans	,922	
	Std. Sapma	,96024	
	Çarpıklık	,670	,105
	Basıklık	-,034	,210
İBÖ	Ortalama	2,2255	,03891
	Medyan	2,1429	
	Varyans	,816	
	Std. Sapma	,90341	
	Çarpıklık	,545	,105
	Basıklık	-,144	,210

CP19FÖ: Koronavirüs 19 Fobisi Ölçeği, İBÖ: İnternet Bağımlılığı Ölçeği, ÇSABÖ: Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Ölçeği

Çarpıklık ve basıklık değerleri; $-/+1$ veya $-/+1,5$ (Bayram, 2010: 49) aralığında kabul edilebilir niteliktedir. Bu çalışma için basıklık ve çarpıklık değerleri belirtilen sınırlar dahilinde olduğu için veri setinin normal dağılıma sahip olduğu varsayılmaktadır. Bu nedenle parametrik testler ile analize devam edilecektir.

Tablo 2. Genel Bilgi Veri Seti İstatistikleri

Değişken	İfadeler	F	%
Cinsiyet	Kadın	355	65,9
	Erkek	184	34,1
Yaş	18-21	225	41,6
	22-25	173	32,1
	26-29	25	4,7
	30-33	80	14,8
	34 yaş ve üstü	36	6,8
Fakülte/Yüksekokul/ MYO	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	30	5,6
	Ziraat Fakültesi	1	0,2
	Mühendislik- Mimarlık Fakültesi	5	0,9
	Tıp Fakültesi	3	0,6
	İletişim Fakültesi	23	4,3
	İlahiyat Fakültesi	59	10,9
	Eğitim Fakültesi	182	33,8
	Fen Edebiyat Fakültesi	52	9,6
	Spor Bilimleri Fakültesi	13	2,4
	Sağlık Bilimleri Fakültesi	12	2,2
	Yabancı Diller	4	0,7
	Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu	22	4,1
	Yozgat Meslek Yüksekokulu	133	24,7
	Diğer İfadeler		

**Covid 19
öncesinde
internete
günde ne
kadar
zaman
ayırırdınız?**

**Covid 19 sürecinde internete günde ne kadar zaman
ayırırdınız?**

	F	%		F	%
1 saatten az	58	10,8	1 saatten az	34	6,3
1-3 saat	302	56	1-3 saat	120	22,3
4-6 saat	136	25,2	4-6 saat	215	39,9
7 saatten fazla	42	7,8	7 saatten fazla	170	31,5
Covid 19 öncesinde çevrimiçi alışveriş yapma sıklığımız nedir?					
	F	%		F	%
Sıklıkla	123	22,8	Sıklıkla	255	47,3
Arada Bir	286	53,1	Arada Bir	206	38,2
Nadiren	84	15,6	Nadiren	48	8,9
Hiç	46	8,5	Hiç	30	5,6
Kronik bir hastalığınız var mı? Covid 19 hastalığına yakalandınız mı?					
	F	%		F	%
Evet	196	36,4	Evet	64	11,9
Hayır	343	63,6	Hayır	475	88,1

Tabloda katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim gördüğü üniversite birimi ifadelerine verilen yanıtların bir özetine yer verilmekle beraber katılımcıların Covid 19 döneminde ve öncesinde internet kullanımı ve çevrimiçi alışveriş sıklığını belirlemeye yönelik ifadeler, kronik bir hastalığa sahip olma ile Covid 19 olma durumu hakkında genel bilgiler bulunmaktadır. Çalışmada incelenen örneklem birimini oluşturan öğrencilerin %65,9'u kadın, %34,1'i erkektir. Yaş aralığının %41,6'sı (225 kişi) 18-21 kategorisinde yer alarak katılımcıların büyük bir çoğunluğunu temsil etmektedir. Öğrenim gördükleri akademik birim açısından farklılıklar görülmekle beraber Eğitim Fakültesi (182 kişi) ve Yozgat Meslek Yüksekokulu (133 kişi) ilk sıralarda yer almaktadır.

Covid 19 döneminde internet kullanımının Covid 19 öncesine oranla arttığı görülmektedir. Covid 19 öncesinde 1-3 saat aralığında daha yoğun olan internet kullanım düzeyi pandemi sürecinde 4-6 saat ve 7 saat üzeri aralığına yükselmiştir. Çevrimiçi alışveriş yapma sıklığının da Covid 19 döneminde öncesi döneme göre % 50 oranında arttığı görülmektedir.

Tanımlayıcı istatistiklere göre normal dağılım gösterdiği belirlenen veri setinin hipotez testlerinden önce bakılan faktör analizi için uygunluğuna ve güvenilirlik katsayılarına ilişkin analiz sonuçları tablo 3’de verilmektedir.

Tablo 3. Ölçeklerin Güvenilirlik (Alpha Katsayısı- α) ve Geçerlilik Analizi (Faktör Analizi)

		<i>M</i>	α	KMO Örneklem Yeterliliği Değeri	
	C19FÖ	2,54	,930	,929	
	ÇSABÖ	2,62	,922	,920	
	İBÖ	2,38	,947	,946	

	İfade	Faktör Yükü		İfade	Faktör Yükü		İfade	Faktör Yükü
Psikolojik	C19F1	,722	Kontrol Kaybı	İB1	,839	Emosyonel	ÇSAB1	,857
	C19F2	,772		İB2	,818		ÇSAB2	,812
	C19F3	,848		İB3	,739		ÇSAB3	,749
	C19F4	,842		İB4	,450		ÇSAB4	,327
	C19F5	,792		İB5	,381		ÇSAB5	,435
	C19F6	,475		İB6	,391		ÇSAB6	,345
Somatik	C19F7	,832	Daha Fazla Online Kalma İsteği	İB7	,451	Sosyal	ÇSAB7	,601
	C19F8	,863		İB8	,815		ÇSAB8	,771
	C19F9	,890		İB9	,805		ÇSAB9	,755
	C19F10	,822		İB10	,835		ÇSAB10	,842
	C19F11	,702		İB11	,648		ÇSAB11	,836
	Ekonomik	C19F12		,801	Sosyal İlişkilerde Uyumsuzluk		İB12	,757
C19F13		,791	İB13	,751		ÇSAB13	,646	
C19F14		,576	İB14	,658		ÇSAB14	,751	
C19F15		,524	İB15	,836		ÇSAB15	,798	
Sosyal		C19F16	,667	İB16		,735	ÇSAB16	,761
	C19F17	,655	İB17	,703	ÇSAB17	,666		
	C19F18	,733	İB18	,720	ÇSAB18	,636		
	C19F19	,729	İB19	,720				
	C19F20	,709						

Ölçeklerin iç tutarlılık katsayısı $\alpha= 0,930; 0,922; 0,947$ 'dir. Tüm ölçekler için KMO Örneklem Yeterliliği Değeri ve Barlett's testi değeri $>0,50$ ve sig. değeri 0,000 olarak bulunmuştur. Pallant (2001)'e göre bu değer 0,60'tan büyük olması gerekmektedir. Bu çalışmada yer alan ölçeklerdeki ifadelerin faktör yüklerinin 0,50 değerinin üzerinde olması istenmiştir. Bu değer altında kalan ifadeler bundan sonraki analizlere dâhil edilmemektedir (C19FÖ6, İBÖ4-5-6-7, ÇSABÖ4-5-6).

Yapılan bu çalışmada, öğrencilerin Covid-19 fobisi ölçeğine göre koronafobi toplam puanı 50.98 ± 15.21 , alt boyut puanları psikolojik 18.29 ± 6.31 , somatik 9.85 ± 4.98 , ekonomik 9.83 ± 4.24 ve sosyal 12.99 ± 5.21 olarak belirlenmiştir.

İnternet bağımlılığı ölçeğine göre öğrencilerin internet bağımlılığı toplam puanı 47.16 ± 14.50 , alt boyut puanları kontrol kaybı 8.47 ± 3.26 , daha fazla online kalma isteği 11.68 ± 4.30 ve sosyal ilişkilerde olumsuzluk 15.47 ± 6.46 olarak belirlenmiştir. Çevrimiçi alışveriş ölçeğine göre öğrencilerin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı toplam puanı 40.46 ± 15.80 , alt boyut puanları emosyonel 8.39 ± 3.64 , kontrol 14.55 ± 6.29 ve sosyal boyutunda $10,64 \pm 4.99$ olarak belirlenmiştir.

3.1. Araştırma Sorularının Değerlendirilmesi

Araştırma Sorusu 1: Cinsiyete göre Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı farklılık gösterir mi?

Cinsiyete göre öğrencilerin Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları arasında p ; $0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 4).

Tablo 4. Öğrencilerin Cinsiyetine Göre Covid 19 Fobisi, İnternet Bağımlılığı ve Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Ölçeklerinden Aldıkları Puanların Ortalamaları ve Standart Sapmaları İle Ortalamalar Arası Farkların Bağımsız T Testi Değerleri

Değişken/Alt Boyutlar	Cinsiyet	Ortalama	Standart Sapma	F	P
Psikolojik	Kadın	3,1096	1,10295	,599	,655
	Erkek	3,0637	1,16406		
Somatik	Kadın	1,9616	,92058	4,503	,700
	Erkek	1,9967	1,13731		
Ekonomik	Kadın	2,3891	,99941	1,890	,395
	Erkek	2,4698	1,11081		
Sosyal	Kadın	2,5864	,99348	7,686	,618
	Erkek	2,6341	1,14223		
Kontrol Kaybı	Kadın	2,8540	1,06820	1,203	,468
	Erkek	2,7821	1,12377		
Daha Fazla Online Kalma İsteği	Kadın	1,9520	,93702	1,203	,722
	Erkek	1,9849	1,15156		
Sosyal İlişkilerde Olumsuzluk	Kadın	2,2276	,89118	1,418	,642
	Erkek	2,1884	,98755		
Sosyal	Kadın	2,1215	,96078	2,812	,741
	Erkek	2,1516	1,07378		
Konrol	Kadın	2,4068	,97881	11,025	,451
	Erkek	2,4789	1,17395		
Emosyonel	Kadın	2,8107	1,15999	9,694	,873
	Erkek	2,7930	1,31825		

Araştırma Sorusu 2: Yaşa göre Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı farklılık gösterir mi?

Yaş değişkenine göre öğrencilerin Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları arasında $p; 0,05$ anlamlılık düzeyinde alt anlamlı farklılık bulunmamıştır (Tablo 5).

Tablo 5. Öğrencilerin Yaşlarına Göre Covid 19 Fobisi, İnternet Bağımlılığı ve Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Ölçeklerinden Aldıkları Puanların Ortalamaları ve Standart Sapmaları İle Ortalamalar Arası Farkların ANOVA Değerleri

Alt boyutlar	Değişken	Ort.	Standart Sapma	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ort.	F	P
Psikolojik	18-21	2,9120	1,16916	Gruplar arası	1,395	4	,349	,275	,894
	22-25	3,1052	1,08918	Grup içi	678,067	534	1,270		
	26-29	3,0773	1,10432	Toplam	679,462	538			
	30-33	3,0765	1,17710						
	34 yaş ve üstü	3,2114	1,29700						
	Toplam	3,0872	1,12381						
Somatik	18-21	1,7760	,81306	Gruplar arası	2,296	4	,574	,576	,680
	22-25	2,0462	,98178	Grup içi	532,452	534	,997		
	26-29	1,9324	,98998	Toplam	534,748	538			
	30-33	1,9654	1,05061						
	5,00	2,0000	1,12407						
	34 yaş ve üstü	1,9711	,99697						
Ekonomik	18-21	2,4700	1,11411	Gruplar arası	2,168	4	,542	,501	,735
	22-25	2,4783	1,07253	Grup içi	577,146	534	1,081		
	26-29	2,3411	,98795	Toplam	579,314	538			
	30-33	2,4167	1,06727						
	5,00	2,4857	1,08116						
	34 yaş ve üstü	2,4119	1,03769						
Sosyal	18-21	2,5280	1,06752	Gruplar arası	2,119	4	,530	,484	,747
	22-25	2,6116	1,05780	Grup içi	584,080	534	1,094		
	26-29	2,5502	1,02957	Toplam	586,200	538			
	30-33	2,6543	1,05167						
	5,00	2,7829	1,06204						
	34 yaş ve üstü	2,5996	1,04383						
Kontrol Kaybı	18-21	3,0533	1,22353	Gruplar arası	3,682	4	,921	,777	,540
	22-25	2,8054	1,04796	Grup içi	632,358	534	1,184		
	26-29	2,7585	1,11246	Toplam	636,040	538			

Daha Fazla Online Kalma İsteği	30-33	2,9383	1,10694						
	34 yaş ve üstü	2,9143	,97466						
	Toplam	2,8244	1,08730						
	18-21	1,7600	,82437	Gruplar arası	2,564	4	,641	,623	,646
	22-25	2,0419	1,00257	Grup içi	549,036	534	1,028		
	26-29	1,9244	,99657	Toplam	551,600	538			
	30-33	1,9321	1,07675						
Sosyal İlişkilerde Olumsuzluk	34 yaş ve üstü	2,0000	1,14564						
	Toplam	1,9606	1,01256						
	18-21	2,2514	,82404	Gruplar arası	2,409	4	,602	,705	,589
	22-25	2,2799	,89683	Grup içi	455,888	534	,854		
	26-29	2,1473	,91636	Toplam	458,296	538			
	30-33	2,1764	,99290						
	34 yaş ve üstü	2,3347	1,00416						
Sosyal	Toplam	2,2112	,92296						
	18-21	1,8800	,87750	Gruplar arası	5,184	4	1,296	1,303	,268
	22-25	2,2416	,99329	Grup içi	531,052	534	,994		
	26-29	2,0987	1,01632	Toplam	536,236	538			
Kontrol	30-33	2,0148	,94646						
	34 yaş ve üstü	2,2000	1,08248						
	Toplam	2,1284	,99836						
	18-21	2,2467	,84864	Gruplar arası	10,431	4	2,608	2,394	,051
	22-25	2,5424	1,00055	Grup içi	581,662	534	1,089		
	26-29	2,2800	1,07165	Toplam	592,093	538			
	30-33	2,5864	1,03014						
Emosyonel	5,00	2,5333	1,21322						
	Toplam	2,4252	1,04907						
	18-21	2,6800	1,32455	Gruplar arası	1,161	4	,290	,195	,941
	22-25	2,7707	1,12269	Grup içi	793,153	534	1,485		
	26-29	2,8119	1,28663	Toplam	794,314	538			
	30-33	2,7984	1,19917						
	34 yaş ve üstü	2,9333	1,19312						
	Toplam	2,7984	1,21508						

Araştırma Sorusu 3: Öğrenim görülen eğitim birimine göre Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı farklılık gösterir mi?

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri eğitim birimleri (fakülte, meslek yüksekokulu, yüksekokul) açısından Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları arasında $p; 0,05$ anlamlılık düzeyine göre bazı boyutlarda anlamlı farklılıklar belirlenmiştir (Tablo 6).

Tablo 6. Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Eğitim Birimine Göre Covid 19 Fobisi, İnternet Bağımlılığı ve Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Ölçeklerinden Aldıkları Puanların Ortalamaları ve Standart Sapmaları İle Ortalamalar Arası Farkların ANOVA Değerleri

Alt boyutlar	Değişken	Ortalama	Standart Sapma	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Psikolojik	İİBF	3,4067	1,15607	Gruplar arası	42,673	12	3,556	2,937	,001
	ZİRAATF	3,4000		Grup içi	636,789	52	1,2116		
	MMF	2,9600	1,08995	Toplam	679,462	53			
	TIP	2,5333	1,33167						
	İLETİŞİMF	3,0261	1,22594						
	İLAHİYAT	2,8746	1,33953						
	EĞİTİMF	3,2780	1,02943						
	FEF	3,4308	1,06302						
	SPORBİLİMLERİ F	2,8308	1,25922						
	SAĞLIK BİLİMLERİ F	3,0500	1,02025						
	YABANCI DİLLER	3,7500	,64031						
	SHMYO	3,3273	,99818						
	YMYO	2,7083	1,06785						
	Toplam	3,0872	1,12381						
Somatik	İİBF	2,1600	1,08964	Gruplar arası	15,469	12	1,289	1,306	,211
	ZİRAATF	1,0000		Grup içi	519,280	52	,9876		
	MMF	1,1200	,26833	Toplam	534,748	53			
	TIP	2,2000	1,31149						
	İLETİŞİMF	1,6522	,88053						
	İLAHİYAT	1,9898	1,10324						
	EĞİTİMF	1,9033	,93353						
	FEF	1,7923	,96768						
	SPORBİLİMLERİ F	2,2615	1,12067						
	SAĞLIK BİLİMLERİ F	1,8833	,85475						
	YABANCI DİLLER	2,1500	,59722						
	SHMYO	2,1091	,62252						
	YMYO	2,1233	1,08592						
	Toplam	1,9711	,99697						
Ekonomik	İİBF	2,7000	1,13221	Gruplar arası	12,125	12	1,010	,937	,509
	ZİRAATF	3,5000		Grup içi	567,189	52	1,0786		
	MMF	2,1500	,69821	Toplam	579,314	53			
	TIP	2,0000	,50000						
	İLETİŞİMF	2,1630	1,04340						

	İLAHİYAT	2,4068	1,14084						
	EĞİTİM	2,4739	1,00706						
	FEF	2,3317	1,04988						
	SPORBİLİMLERİ F	2,2885	,95113						
	SAĞLIK BİLİMLERİ	2,3958	1,02502						
	YABANCI DİLLER	2,4375	,62500						
	SHMYO	2,7955	,94061						
	YMYO	2,2989	1,05235						
	Toplam	2,4119	1,03769						
Sosyal	İİBF	2,9867	1,19992	Gruplar arası	27,010	12	2,251	2,11	,05
	ZİRAATF	3,0000		Grup içi	559,190	52	1,063	7	5
	MMF	2,6400	,79246	Toplam	586,200	53			
	TIP	2,0667	1,00664						
	İLETİŞİM	2,0870	,85669						
	İLAHİYAT	2,4237	1,14113						
	EĞİTİM	2,7022	,95761						
	FEF	2,9231	1,12243						
	SPORBİLİMLERİ F	2,2769	1,09404						
	SAĞLIK BİLİMLERİ	2,2667	,79696						
	YABANCI DİLLER	2,5000	1,14891						
	SHMYO	2,7818	,79740						
	YMYO	2,4541	1,07425						
	Toplam	2,5996	1,04383						
Kontrol Kaybı	İİBF	2,9667	1,11537	Gruplar arası	28,762	12	2,397	2,07	,01
	ZİRAATF	3,0000		Grup içi	607,278	52	1,155	6	7
	MMF	3,5333	1,28236	Toplam	636,040	53			
	TIP	2,5556	,69389						
	İLETİŞİM	2,7681	1,19525						
	İLAHİYAT	3,2316	1,10771						
	EĞİTİM	2,8645	1,01973						
	FEF	3,0192	1,12877						
	SPORBİLİMLERİ F	2,6667	1,44016						
	SAĞLIK BİLİMLERİ	2,6111	,86262						
	YABANCI DİLLER	3,0000	1,41421						
	SHMYO	2,6061	,93513						
	YMYO	2,5338	1,06753						
	Toplam	2,8244	1,08730						
Daha Fazla Online Kalma İsteği	İİBF	2,1167	1,12329	Gruplar arası	16,358	12	1,363	1,34	,19
	ZİRAATF	1,0000		Grup içi	535,242	52	1,018	0	2
	MMF	1,1000	,22361	Toplam	551,600	53			

Kontrol	İİBF	2,6056	,94735	Gruplar arası	9,271	12	,773	,697	,755
	ZİRAATF	3,3333		Grup içi	582,822	52	1,108		
	MMF	3,0000	,42492	Toplam	592,093	53			
	TIP	2,6111	,67358			6			
	İLETİŞİM	2,1522	1,25016			8			
	İLAHİYAT	2,3362	1,07054						
	EĞİTİM	2,3416	1,00616						
	FEF	2,4583	1,01131						
	SPOR BİLİMLERİ	2,5769	1,39545						
	SAĞLIK BİLİMLERİ	2,5972	1,03098						
	YABANCI DİLLER	2,4583	,85391						
	SHMYO	2,3258	,93219						
	YMYO	2,5251	1,11266						
	Toplam	2,4252	1,04907						
	Emosyonel	İİBF	2,8556	1,24008	Gruplar arası	7,480	12	,623	,417
ZİRAATF		2,0000		Grup içi	786,834	52	1,496		
MMF		3,0000	,84984	Toplam	794,314	53			
TIP		2,2222	,38490			6			
İLETİŞİM		2,9275	1,39970			8			
İLAHİYAT		2,7458	1,36505						
EĞİTİM		2,8938	1,21721						
FEF		2,8782	1,22079						
SPOR BİLİMLERİ		2,6667	1,50308						
SAĞLIK BİLİMLERİ		2,6667	1,04447						
YABANCI DİLLER		2,5000	,79349						
SHMYO		2,8030	1,01136						
YMYO		2,6692	1,17170						
Toplam		2,7984	1,21508						

Covid 19 fobisi ölçeğinin psikolojik alt boyutunda, internet bağımlılığı ölçeğinin kontrol kaybı alt boyutunda, çevrimiçi satın alma bağımlılığının sosyal alt boyutunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Gruplar arasındaki bu farklılıkları görmek için değişkenlerin varyansları homojen olduğu için yapılan PostHoc Tukey-Bonferroni testlerinde, Eğitim ve Fen Edebiyat Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler ile Yozgat Meslek Yüksekokulu öğrencileri arasında Covid 19 fobisi ölçeğinin psikolojik alt boyutunda anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Eğitim Fakültesi ile Yozgat Meslek Yüksekokulu öğrencileri arasında çevrimiçi satın alma ölçeğinin sosyal alt boyutunda anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. İlahiyat fakültesi ile Yozgat Meslek Yüksekokulu öğrencileri arasında internet bağımlılığı ölçeğinin kontrol kaybı alt boyutunda

anlamli bir farklılık belirlenmiştir. Ölçeklerin diğer alt boyutlarında alt boyutunda farklı bölümlerde öğrenim görme durumuna göre $p; 0,05$ düzeyinde anlamli farklılık bulunmamıştır.

Araştırma Sorusu 4: Covid 19 döneminden önce internet kullanma sürelerine göre Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı farklılık gösterir mi?

Çalışmaya katılan öğrencilerin Covid 19 döneminden önce internet kullanım süreleri açısından Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları arasında $p; 0,05$ anlamlılık düzeyine göre bazı boyutlarda anlamli farklılıklar belirlenmiştir (Tablo 7).

Tablo 7. Öğrencilerin Covid 19 Döneminden Önce İnternet Kullanma Sürelerine Göre Covid 19 Fobisi, İnternet Bağımlılığı ve Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Ölçeklerinden Aldıkları Puanların Ortalamaları ve Standart Sapmaları İle Ortalamalar Arası Farkların ANOVA Değerleri

Alt Boyutlar	Değişken	Ortalama	Standart Sapma	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Psikolojik	1saatenaz	3,0241	1,15353	Gruplar arası	13,813	3	4,604	3,701	,012
	1-3saat	3,1682	1,07712	Grup içi	665,648	535	1,244		
	4-6saat	3,0964	1,13140	Toplam	679,462	538			
	7saattenfazla	2,5619	1,27355						
	Toplam	3,0872	1,12381						
Somatik	1saatenaz	1,8448	,89446	Gruplar arası	2,449	3	,816	,821	,483
	1-3saat	1,9954	,97850	Grup içi	532,299	535	,995		
	4-6saat	2,0190	1,06436	Toplam	534,748	538			
	7saattenfazla	1,8143	1,04101						
	Toplam	1,9711	,99697						
Ekonomik	1saatenaz	2,3103	1,00581	Gruplar arası	9,002	3	3,001	2,815	,039
	1-3saat	2,4992	,98378	Grup içi	570,312	535	1,066		
	4-6saat	2,3777	1,08513	Toplam	579,314	538			
	7saattenfazla	2,0357	1,22172						
	Toplam	2,4119	1,03769						
Sosyal	1saatenaz	2,5034	,99630	Gruplar arası	3,969	3	1,323	1,216	,303
	1-3saat	2,6629	1,00504	Grup içi	582,231	535	1,088		
	4-6saat	2,5693	1,06243	Toplam	586,200	538			
	7saattenfazla	2,3762	1,28875						
	Toplam	2,5996	1,04383						
Kontrol Kaybı	1saatenaz	2,3621	1,07476	Gruplar arası	18,680	3	6,227	5,396	,001
	1-3saat	2,8046	,99783	Grup içi	617,360	535	1,154		
	4-6saat	3,0243	1,17687	Toplam	636,040	538			
	7saattenfazla	2,9524	1,24411						
	Toplam	2,8244	1,08730						

Daha Fazla Online Kalma İsteği	1saatenaz	1,8621	,94029	Gruplar arası	2,584	3	,861	,839	,473
	1-3saat	1,9868	,99115	Grup içi	549,016	535	1,026		
	4-6saat	2,0036	1,08253	Toplam	551,600	538			
	7saattenfazla	1,7679	1,03062						
	Toplam	1,9606	1,01256						
Sosyal İlişkilerde Olumsuzluk	1saatenaz	2,1330	,96441	Gruplar arası	1,965	3	,655	,768	,512
	1-3saat	2,1930	,87734	Grup içi	456,331	535	,853		
	4-6saat	2,3076	,94996	Toplam	458,296	538			
	7saattenfazla	2,1361	1,09206						
	Toplam	2,2112	,92296						
Sosyal	1saatenaz	2,0621	1,14934	Gruplar arası	,916	3	,305	,305	,822
	1-3saat	2,1219	,93510	Grup içi	535,319	535	1,001		
	4-6saat	2,1328	,98347	Toplam	536,236	538			
	7saattenfazla	2,2524	1,26187						
	Toplam	2,1284	,99836						
Kontrol	1saatenaz	2,3247	1,25012	Gruplar arası	2,711	3	,904	,820	,483
	1-3saat	2,4409	,99894	Grup içi	589,382	535	1,102		
	4-6saat	2,4903	1,02875	Toplam	592,093	538			
	7saattenfazla	2,2381	1,16878						
	Toplam	2,4252	1,04907						
Emosyonel	1saatenaz	2,5057	1,35687	Gruplar arası	8,401	3	2,800	1,906	,127
	1-3saat	2,8179	1,18232	Grup içi	785,913	535	1,469		
	4-6saat	2,7932	1,14056	Toplam	794,314	538			
	7saattenfazla	3,0794	1,42530						
	Toplam	2,7984	1,21508						

Çalışmaya katılan öğrencilerin Covid 19 döneminden önce internet kullanım süreleri açısından Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları arasında $p; 0,05$ anlamlılık düzeyine göre bazı boyutlarda anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Covid 19 fobisi ölçeğinin psikolojik, ekonomik alt boyutlarında, internet bağımlılığı ölçeğinin kontrol kaybı alt boyutunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Gruplar arasındaki bu farklılıkları görmek için değişkenlerin varyansları homojen olduğu durum için PostHoc Tukey-Bonferroni testleri, olmadığı durum için Tamhane testi yapılarak analize devam edilmiştir. Covid 19 öncesinde interneti günde 7 saat ve üzeri internet kullanan öğrenciler ile daha az sürede kullananlar arasında Covid 19 fobisi ölçeğinin psikolojik ve ekonomik alt boyutunda anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Covid 19 öncesinde 1 saatten az internet kullananlar ile diğer öğrenciler arasında internet bağımlılığı ölçeğinin kontrol kaybı alt boyutunda anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Ölçeklerin diğer alt boyutlarında alt boyutunda farklı bölümlerde öğrenim görme durumuna göre $p; 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Araştırma Sorusu 5: Covid 19 sürecinde internet kullanma sürelerine göre Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı farklılık gösterir mi?

Çalışmaya katılan öğrencilerin Covid 19 döneminden önce internet kullanım süreleri açısından Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları arasında $p: 0,05$ anlamlılık düzeyine göre bazı boyutlarda anlamlı farklılıklar belirlenmiştir (Tablo 8).

Tablo 8. Öğrencilerin Covid 19 Sürecinde İnternet Kullanma Sürelerine Göre Covid 19 Fobisi, İnternet Bağımlılığı ve Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Ölçeklerinden Aldıkları Puanların Ortalamaları ve Standart Sapmaları İle Ortalamalar Arası Farkların ANOVA Değerleri

Alt Boyutlar	Değişken	Ortalama	Standart Sapma	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Psikolojik	1saatenaz	2,6647	1,23261	Gruplar arası	8,681	3	2,894	2,308	,076
	1-3saat	3,0067	1,04967	Grup içi	670,780	535	1,254		
	4-6saat	3,1758	1,09261	Toplam	679,462	538			
	7saattenfazla	3,1165	1,17683						
	Toplam	3,0872	1,12381						
Somatik	1saatenaz	2,0118	1,14621	Gruplar arası	2,291	3	,764	,767	,513
	1-3saat	2,0667	1,03529	Grup içi	532,457	535	,995		
	4-6saat	1,9758	,95613	Toplam	534,748	538			
	7saattenfazla	1,8894	,99085						
	Toplam	1,9711	,99697						
Ekonomik	1saatenaz	2,3750	1,21114	Gruplar arası	1,265	3	,422	,390	,760
	1-3saat	2,5000	1,01045	Grup içi	578,049	535	1,080		
	4-6saat	2,3988	1,02563	Toplam	579,314	538			
	7saattenfazla	2,3735	1,04068						
	Toplam	2,4119	1,03769						
Sosyal	1saatenaz	2,2765	,90120	Gruplar arası	5,397	3	1,799	1,657	,175
	1-3saat	2,5633	1,00920	Grup içi	580,803	535	1,086		
	4-6saat	2,6865	,99031	Toplam	586,200	538			
	7saattenfazla	2,5800	1,14853						
	Toplam	2,5996	1,04383						
Kontrol Kaybı	1saatenaz	2,2745	1,05559	Gruplar arası	19,883	3	6,628	5,755	,001
	1-3saat	2,6278	1,04268	Grup içi	616,157	535	1,152		
	4-6saat	2,9085	1,02988	Toplam	636,040	538			
	7saattenfazla	2,9667	1,14879						
	Toplam	2,8244	1,08730						
Daha Fazla Online Kalma	1saatenaz	2,0000	1,13150	Gruplar arası	1,707	3	,569	,554	,646
	1-3saat	2,0375	1,04200	Grup içi	549,892	535	1,028		

İsteği	4-6saat	1,9698	,98185	Toplam	551,600	538			
	7saattenfazla	1,8868	1,00923						
	Toplam	1,9606	1,01256						
Sosyal İlişkilerde Olumsuzluk	1saatenaz	2,0252	,88656	Gruplar arası	2,129	3	,710	,832	,476
	1-3saat	2,2583	,93362	Grup içi	456,167	535	,853		
	4-6saat	2,2505	,90298	Toplam	458,296	538			
	7saattenfazla	2,1655	,94842						
	Toplam	2,2112	,92296						
Sosyal	1saatenaz	2,0941	1,00813	Gruplar arası	1,548	3	,516	,516	,671
	1-3saat	2,2283	1,03235	Grup içi	534,688	535	,999		
	4-6saat	2,1033	,95425	Toplam	536,236	538			
	7saattenfazla	2,0965	1,03048						
	Toplam	2,1284	,99836						
Kontrol	1saatenaz	2,3529	1,14721	Gruplar arası	1,636	3	,545	,494	,687
	1-3saat	2,4472	1,03238	Grup içi	590,457	535	1,104		
	4-6saat	2,4783	1,01918	Toplam	592,093	538			
	7saattenfazla	2,3569	1,08215						
	Toplam	2,4252	1,04907						
Emosyonel	1saatenaz	2,3627	1,29326	Gruplar arası	8,286	3	2,762	1,880	,132
	1-3saat	2,8861	1,19951	Grup içi	786,028	535	1,469		
	4-6saat	2,7674	1,16441	Toplam	794,314	538			
	7saattenfazla	2,8627	1,26272						
	Toplam	2,7984	1,21508						

Covid 19 sürecinde internet kullanım süreleri açısından Covid 19 öncesinde 1 saatten az ve 1-3 saat arasında internet kullananlar ile 4-6 saat ve 7 saat üzeri kullananlar arasında internet bağımlılığı ölçeğinin kontrol kaybı alt boyutunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Araştırma Sorusu 6: Covid 19 öncesinde alışveriş yapma sıklığına göre Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı farklılık gösterir mi?

Çalışmaya katılan öğrencilerin Covid 19 öncesinde alışveriş yapma sıklığı açısından Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları arasında $p; 0,05$ anlamlılık düzeyine göre bazı boyutlarda anlamlı farklılıklar belirlenmiştir (Tablo 9).

Tablo 9. Öğrencilerin Covid 19 Öncesinde Alışveriş Yapma Sıklığına Göre Covid 19 Fobisi, İnternet Bağımlılığı ve Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Ölçeklerinden Aldıkları Puanların Ortalamaları ve Standart Sapmaları İle Ortalamalar Arası Farkların ANOVA Değerleri

Alt Boyutlar	Değişken	Ortalama	Standart Sapma	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Psikolojik	Sıklıkla	3,0569	1,16802	Gruplar arası	2,779	3	,926	,732	,533
	Arada Bir	3,0490	1,08106	Grup içi	676,683	53	1,265		
	Nadiren	3,2500	1,06957	Toplam	679,462	53			
	Hiç	3,1087	1,35168			8			
	Toplam	3,0872	1,12381						
Somatik	Sıklıkla	1,9561	1,02447	Gruplar arası	8,050	3	2,683	2,726	,054
	Arada Bir	2,0587	1,00325	Grup içi	526,698	53	,984		
	Nadiren	1,8762	,99197	Toplam	534,748	53			
	Hiç	1,6391	,81826			8			
	Toplam	1,9711	,99697						
Ekonomik	Sıklıkla	2,3496	1,05908	Gruplar arası	2,086	3	,695	,644	,587
	Arada Bir	2,4615	1,03441	Grup içi	577,228	53	1,079		
	Nadiren	2,4107	1,02575	Toplam	579,314	53			
	Hiç	2,2717	1,03391			8			
	Toplam	2,4119	1,03769						
Sosyal	Sıklıkla	2,5821	1,11444	Gruplar arası	1,813	3	,604	,553	,646
	Arada Bir	2,6462	1,02398	Grup içi	584,387	53	1,092		
	Nadiren	2,5429	1,04988	Toplam	586,200	53			
	Hiç	2,4609	,97239			8			
	Toplam	2,5996	1,04383						
Kontrol Kaybı	Sıklıkla	2,7154	1,12569	Gruplar arası	7,725	3	2,575	2,192	,088
	Arada Bir	2,8823	1,06354	Grup içi	628,315	53	1,174		
	Nadiren	2,9484	1,07359	Toplam	636,040	53			
	Hiç	2,5290	1,11239			8			
	Toplam	2,8244	1,08730						
Daha Fazla Online	Sıklıkla	1,9553	1,04019	Gruplar arası	7,628	3	2,543	2,501	,059
	Arada Bir	2,0437	1,02355	Grup içi	543,972	53	1,017		

Kalma İsteği	Bir					5			
	Nadiren	1,8631	,98666	Toplam	551,600	53			
						8			
	Hiç	1,6359	,85099						
	Toplam	1,9606	1,01256						
Sosyal İlişkilerde Olumsuzluk	Sıklıkla	2,1382	,92055	Gruplar arası	4,393	3	1,464	1,726	,161
	Arada Bir	2,2882	,93838	Grup içi	453,903	53	,848		
	Nadiren	2,1667	,86509	Toplam	458,296	53			
						8			
	Hiç	2,0093	,91220						
	Toplam	2,2112	,92296						
Sosyal	Sıklıkla	2,3301	1,01238	Gruplar arası	14,833	3	4,944	5,073	,002
	Arada Bir	2,1497	,97217	Grup içi	521,403	53	,975		
	Nadiren	1,9905	1,02682	Toplam	536,236	53			
						8			
	Hiç	1,7087	,93686						
	Toplam	2,1284	,99836						
Kontrol	Sıklıkla	2,6314	1,03584	Gruplar arası	28,299	3	9,433	8,951	,000
	Arada Bir	2,4854	1,03274	Grup içi	563,794	53	1,054		
	Nadiren	2,2817	1,08166	Toplam	592,093	53			
						8			
	Hiç	1,7609	,84082						
	Toplam	2,4252	1,04907						
Emosyonel	Sıklıkla	3,1301	1,28862	Gruplar arası	46,041	3	15,347	10,973	,000
	Arada Bir	2,8298	1,11755	Grup içi	748,273	53	1,399		
	Nadiren	2,6508	1,35317	Toplam	794,314	53			
						8			
	Hiç	1,9855	,91613						
	Toplam	2,7984	1,21508						

Çalışmaya katılan öğrencilerin Covid 19 öncesinde alışveriş yapma sıklığı açısından çevrimiçi satın alma bağımlılığı alt boyutları çerçevesinde hiç alışveriş yapmadığını belirten katılımcılar ile diğer sıklık grupları arasında anlamlı farklılıklar belirlenmiştir.

Araştırma Sorusu 7: Covid 19 sürecinde alışveriş yapma sıklığına göre Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı farklılık gösterir mi?

Çalışmaya katılan öğrencilerin Covid 19 sürecinde alışveriş yapma sıklığı açısından Covid 19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları arasında $p; 0,05$

anlamlılık düzeyine göre bazı boyutlarda anlamlı farklılıklar belirlenmiştir (Tablo 10).

Tablo 10. Öğrencilerin Covid 19 Sürecinde Alışveriş Yapma Sıklığına Göre Covid 19 Fobisi, İnternet Bağımlılığı ve Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığı Ölçeklerinden Aldıkları Puanların Ortalamaları ve Standart Sapmaları İle Ortalamalar Arası Farkların ANOVA Değerleri

Alt Boyutlar	Değişken	Ortalama	Standart Sapma	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Psikolojik	Sıklıkla	3,1804	1,09505	Gruplar arası	4,485	3	1,495	1,185	,533
	Arada Bir	2,9845	1,11616	Grup içi	674,977	535	1,262		
	Nadiren	3,0625	1,13899	Toplam	679,462	538			
	Hiç	3,0400	1,36498						
	Toplam	3,0872	1,12381						
Somatik	Sıklıkla	1,9263	,93937	Gruplar arası	2,222	3	,741	,744	,526
	Arada Bir	2,0291	1,02891	Grup içi	532,526	535	,995		
	Nadiren	2,0542	1,18123	Toplam	534,748	538			
	Hiç	1,8200	,94300						
	Toplam	1,9711	,99697						
Ekonomik	Sıklıkla	2,4039	1,01567	Gruplar arası	,355	3	,118	,109	,955
	Arada Bir	2,4126	1,02660	Grup içi	578,959	535	1,082		
	Nadiren	2,4844	1,16966	Toplam	579,314	538			
	Hiç	2,3583	1,12319						
	Toplam	2,4119	1,03769						
Sosyal	Sıklıkla	2,6518	1,05030	Gruplar arası	1,642	3	,547	,501	,682
	Arada Bir	2,5320	1,04234	Grup içi	584,558	535	1,093		
	Nadiren	2,6125	,99992	Toplam	586,200	538			
	Hiç	2,6000	1,09292						
	Toplam	2,5996	1,04383						
Kontrol Kaybı	Sıklıkla	2,9176	1,07412	Gruplar arası	7,947	3	2,649	2,257	,081
	Arada Bir	2,7087	1,05222	Grup içi	628,093	535	1,174		
	Nadiren	2,9792	1,16977	Toplam	636,040	538			
	Hiç	2,5778	1,22844						
	Toplam	2,8244	1,08730						
Daha Fazla Online Kalma İsteği	Sıklıkla	1,9137	,95798	Gruplar arası	2,231	3	,744	,724	,538
	Arada Bir	2,0218	1,04450	Grup içi	549,369	535	1,027		
	Nadiren	2,0365	1,17599	Toplam	551,600	538			
	Hiç	1,8167	,97586						
	Toplam	1,9606	1,01256						
Sosyal İlişkilerde Olumsuzluk	Sıklıkla	2,1978	,93335	Gruplar arası	2,752	3	,917	1,077	,358
	Arada Bir	2,2386	,90095	Grup içi	455,544	535	,851		

	Bir								
	Nadiren	2,3244	,89372	Toplam	458,296	538			
	Hiç	1,9571	1,02272						
	Toplam	2,2112	,92296						
Sosyal	Sıklıkla	2,2471	,96489	Gruplar arası	36,537	3	12,179	11,728	,000
	Arada Bir	2,0864	1,01775	Grup içi	555,556	535	1,038		
	Nadiren	1,8292	,97369	Toplam	592,093	538			
	Hiç	1,8867	1,06439						
	Toplam	2,1284	,99836						
Kontrol	Sıklıkla	2,6412	1,03815	Gruplar arası	64,869	3	21,623	15,859	,000
	Arada Bir	2,3608	1,03871	Grup içi	729,446	535	1,363		
	Nadiren	1,9931	,92058	Toplam	794,314	538			
	Hiç	1,7222	,84683						
	Toplam	2,4252	1,04907						
Emosyonel	Sıklıkla	3,1072	1,21410	Gruplar arası	46,041	3	15,347	10,973	,000
	Arada Bir	2,6780	1,12829	Grup içi	748,273	535	1,399		
	Nadiren	2,1528	1,21837	Toplam	794,314	538			
	Hiç	2,0333	,91539						
	Toplam	2,7984	1,21508						

Çalışmaya katılan öğrencilerin Covid 19 sürecinde alışveriş yapma sıklığı açısından çevrimiçi satın alma bağımlılığı alt boyutları çerçevesinde sıklıkla alışveriş yaptığını belirten katılımcılar ile diğer sıklık grupları arasında anlamlı farklılıklar belirlenmiştir.

3.2. Hipotez Testleri

Çalışmanın hipotezlerini test etmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Elde edilen verilere göre değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 11. Korelasyon Katsayıları

Değişken		C19 FÖ	İBÖ	ÇSAÖ
C19FÖ	Pearson	1	,372**	,318**
	Sig.		,000	,000
İBÖ	Pearson	,372**	1	,490**
	Sig.	,000		,000
ÇSAÖ	Pearson	,318**	,490**	1
	Sig.	,000	,000	

** $P < 0.01$; Sig.,000

Pearson korelasyon analizi uygulanarak incelenen değişkenler arasındaki korelasyon sonuçlarına bakıldığında, Covid-19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasında pozitif, anlamlı ancak zayıf derece de

bir ilişki olduğu görülmektedir (Tablo 11). Hipotez testleri ölçeklerin alt boyutları açısından analiz edilmiştir.

H₁: Covid-19 Fobisi ile İnternet bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 12. Covid-19 Fobisi İle İnternet Bağımlılığına İlişkin Korelasyon Tablosu

Değişken		Psikolojik	Somatik	Ekonomik	Sosyal
Kontrol Kaybı	Pearson	,216**	,100*	,222**	,256**
	Sig.	,000	,020	,000	,000
Daha Fazla Online Kalma İsteği	Pearson	,273**	,990**	,631**	,524**
	Sig.	,000	0,000	,000	,000
Sosyal İlişkilerde Olumsuzluk	Pearson	,199**	,419**	,395**	,341**
	Sig.	,000	,000	,000	,000
İBÖ	Pearson	,198**	,424**	,396**	,357**
	Sig.	,000	,000	,000	,000

** $P < 0.01$; Sig.,000

Tablo 12'ye göre öğrencilerin Covid-19 fobisi ile internet bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 fobisinin alt faktörlerinin tümü ile internet bağımlılığı alt faktörlerinin pozitif ilişkili olduğu görülmektedir. Psikolojik alt boyutunun ilişki düzeyi en düşük, somatik boyutun ilişki düzeyi en yüksektir. H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

H₂: Covid-19 fobisi ile çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 13. Covid-19 Fobisi İle Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığına İlişkin Korelasyon Tablosu

Değişken		Psikolojik	Somatik	Ekonomik	Sosyal
ÇSAB Sosyal	Pearson	,123**	,398**	,318**	,275**
	Sig.	,004	,000	,000	,000
ÇSAB Kontrol	Pearson	,110*	,297**	,280**	,225**
	Sig.	,010	,000	,000	,000
ÇSAB Emosyonel	Pearson	,112**	,173**	,166**	,131**
	Sig.	,009	,000	,000	,002
ÇSAB	Pearson	,122**	,390**	,323**	,263**
	Sig.	,000	,000	,000	,000

** $P < 0.01$; Sig.,000

Tabloya göre öğrencilerin Covid-19 fobisi ile çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Tablo

incelendiğinde Covid-19 fobisinin alt faktörlerinin tümünün çevrimiçi alışveriş bağımlılığının alt boyutları ile pozitif ilişkili olduğu görülmektedir. Psikolojik alt boyutunun ilişki düzeyi en düşük, somatik boyutun ilişki düzeyi en yüksektir. H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

H₃: *İnternet bağımlılığı ile çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

Tablo 14. İnternet Bağımlılığı İle Çevrimiçi Satın Alma Bağımlılığına İlişkin Korelasyon Tablosu

Değişken		Kontrol Kaybı	Daha Fazla Online Kalma İsteği	Sosyal İlişkilerde Olumsuzluk
ÇSAB Sosyal	Pearson	,236**	,405**	,521**
	Sig.	,000	,000	,000
ÇSAB Kontrol	Pearson	,292**	,305**	,401**
	Sig.	,000	,000	,000
ÇSAB Emosyonel	Pearson	,332**	,183**	,296**
	Sig.	,000	,000	,000
ÇSAB	Pearson	,294**	,397**	,522**
	Sig.	,000	,000	,000

**P < 0.01; Sig.,000

Analiz sonuçlarına göre öğrencilerin internet bağımlılığı ile çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişkisi bulunmaktadır. İnternet bağımlılığı alt faktörlerinin tümünün çevrimiçi alışveriş bağımlılığı alt faktörleri ile pozitif ilişkili olduğu görülmektedir. Kontrol kaybı alt boyutunun ilişki düzeyi en düşük, sosyal ilişkilerde olumsuzluk boyutun ilişki düzeyi en yüksektir. H₃ hipotezi kabul edilmiştir.

Sonuç

Çalışma kapsamında YOBÜ öğrencilerinin Covid-19 fobisi, internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Test edilen tüm hipotezler kabul edilmiştir. Salgın dönemi hayatımızı pek çok açıdan etkilemiştir. İş hayatı, sosyal hayat ve eğitim bu alanların başında gelmektedir. Covid-19 virüsüne yakalanma ve bulaştırma korkusu hayat tarzını etkilemektedir. Çalışmanın örneklem grubu olan üniversite öğrencilerinin yarısının koronafobisi olduğu belirlenmiştir ve katılımcıların internetle olan ilişkisini Covid-19 fobisinin tetiklediği söylenebilmektedir. Zorunlu karantinalar ve bununla beraber eğitimin çevrimiçi ortamlara taşınması bu ilişkiyi kuvvetlendirmiştir. Hali hazırda internet ile ilişkisi diğer kuşaklara göre daha fazla olan örneklem grubunun daha fazla

online kalma istediği Covid-19 fobisinin somatik başta olmak üzere diğer tüm alt boyutları ile yüksek oranda ilişkili çıkmıştır.

Fiziksel mağazaların kapanmak durumunda kalması e-ticaret alanında işletmeleri harekete geçirmiş ve pandemi döneminde altın çağın çevrimiçi alışveriş için yaşanmasına zemin hazırlamıştır. Kompulsif satın alma bozukluğu olarak literatürde geniş yer bulan satın alma bağımlılığı, Covid-19 döneminde çevrimiçi ortamlara taşınmış ve zorunlu karantinalar, kalabalık ortamlardaki bulaş riski, tek tuşla istenilen zaman ve mekânda satın alma rahatlığı, bu eylemi Covid-19'dan ve stresten uzak, eğlenceli hale getirmiştir. Bu eksende katılımcıların çevrimiçi satın alma davranışlarının Covid-19 fobisi tarafından pozitif yönde ilişkilendirildiği görülmektedir. Özellikle somatik alt boyutun ilişki düzeyinin yüksek çıkması bu durumu desteklemektedir. Bununla birlikte örneklem biriminin Covid-19 virüsünün bulaşma ve bulaştırma riski en fazla ama hasar bırakma riski en düşük olan grup olması bu ilişkilerin anlamlı ve pozitif yönde olmasına rağmen düşük seviyede kalmasına neden olmaktadır.

İnternet bağımlılığının çevrimiçi satın alma bağımlılığı ilişkisi diğer değişkenler arasındaki ilişkiden daha yüksek düzeyde belirlenmiştir. Bağımlılık kavramı genel olarak maddi unsurlar (sigara, alkol, yasak madde) ile birlikte değerlendirilmekle beraber internet ve çevrimiçi satın alma bağımlılığı gibi soyut kavramları da barındırmaktadır. Bağımlılık boyutuna ulaşan bu tutumların birbirleri ile ilişkili olduğu varsayımı altında yapılan analiz sonuçlarına göre çalışma grubu için internet bağımlılığının getirdiği sosyal ilişkileri zayıflatma alt boyunun genel olarak çevrimiçi satın alma eyleminin ile orta düzeyde pozitif yönlü bir seyir izlediği görülmektedir.

Covid-19 fobisi ile çevrimiçi bağımlılıklar arasındaki ilişkinin test edildiği bu çalışmanın sağlık, bağımlılık psikolojisi ve tüketici davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi açısından multidisipliner nitelikte olduğu düşünülmektedir. Araştırma yalnızca YOBÜ öğrencilerini kapsamaktadır. Covid 19'un halen etkisini sürdürdüğü günümüzde farklı demografiler ve illerde benzer nitelikli çalışmalar yapılmasının, bir salgın hastalığın bağımlılığa olan etkisini göstermek ve gerektiğinde mücadele etmek adına avantaj sağlayacağı düşünülmektedir.

Teşekkür

Bu çalışma, "TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı 2021/2 -1919B012106327 Başvuru Numaralı Proje" kapsamında gerçekleştirilmiştir. Katkılarından dolayı Türkiye Bilimsel Ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)' na teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Arpaci, I., Karataş, K., & Baloğlu, M. (2020). The development and initial tests for the psychometric properties of the COVID-19 Phobia Scale (C19P-S). *Personality and individual differences*, 164, 110108.
- Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş-Amos Uygulamaları*, İstanbul: Ezgi Kitapevi, 1.Baskı
- Erdoğan, M. N. (2020). “Koronavirüs nedeniyle evde kalmak günlük teknoloji kullanımını artırıyor” uyarısı. Erişim adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/koronavirus-nedeniyle-evde-kalmak-gunluk-teknoloji-kullanimini-artiriyor-uyarisi/1786069>, Erişim Tarihi: 10.10.2022.
- Günüş, S., & Kayri, M. (2010). Türkiye’de internet bağımlılık profili ve internet bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik-güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(39), 220-232.
- Hahn, A., & Jerusalem, M. (2001). Internetsucht-reliabilität und validität in der online-forschung. In *Online-Marktforschung*, 213-233. Gabler Verlag, Wiesbaden. Erişim adresi: http://psilab.educat.huberlin.de/ssi/publikationen/internetsucht_onlineforschung_2001b.pdf, Erişim Tarihi: 15.10.2022.
- Haşiloğlu, S. B., Baran, T., & Aydın, O. (2015). Pazarlama araştırmalarındaki potansiyel problemlere yönelik bir araştırma: Kolayda örnekleme ve sıklık ifadeli ölçek maddeleri, *PIBYD*, 2(1), 19-28.
- Kartal, T. (2018). Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ölçeğinin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması, Atatürk Üniversitesi Tıp Fakültesi Aile Hekimliği Anabilim Dalı Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Erzurum.
- Kellett S., & Bolton J. V. (2009). Compulsive buying: A cognitive-behavioural model. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 16 (2), 83-99.
- Kürek, S. (2020). Koronavirüs korkusu, sosyal ağ bağımlılığı ve kompulsif çevrimiçi satın alma ilişkisinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi, Bursa Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bursa.
- Larose, R., & Eastin, M. S. (2002). Is online buying out of control? Electronic commerce and consumer selfregulation. *J. Broadcast. Electron. Media*, 46(1), 549-564.
- Leblebicioğlu, B., & Türkyılmaz, A.C. (2022). Understanding the moderator role of Covid-19 pandemic anxiety on the relationship between internet addiction and online shopping addiction . *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 44 (1) , 104-118

- Pallant, J. (2001). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS for Windows version 10*. Buckingham: Open University Press.
- Pentina, I. ve Koh, A. C. (2012). Exploring social
- Rose, S., & Dhandayudham, A. (2014). Towards an understanding of Internet-based problem shopping behaviour: The concept of online shopping addiction and its proposed predictors. *Journal of behavioral addictions*, 3(2), 83-89.
- Shaw, M., & Black, D. W. (2008). Internet addiction. *CNS drugs*, 22(5), 353-365.
- Şahin, C., & Korkmaz, Ö. (2011). İnternet bağımlılığı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32, 101-115.
- Tabachnick, G., Barbara, L., & Fidell, S. (2013). *Using multivariate statistics*, United States of America: Pearson Education, 6.Edition,
- Yıldırım, Z.E & Sütcü, S. T. (2016). Madde ile ilişkili bozuklukların tedavisinde bilişsel davranışçı grup terapisi etkililiği: Sistematik bir gözden geçirme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*.
- Young, K. S. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. Paper presented at the 104th *Annual Meeting of the American Psychological Association*, Toronto, Ontario, Canada.
- Zhao, H., Tian, W., & Xin, T. (2017). The development and validation of the online shopping addiction scale. *Frontiers in psychology*, 8, 735.

16. Bölüm

Yoksulluk Kavramı, Türleri, Nedenleri ve Yoksullukla İlgili Yaklaşımlar*

Ayhan CESUR¹

*Yazarın, *Mikrofinans Uygulamalarının Yoksulluğu Azaltmadak, Etkisi: Van İli Örneği* isimli doktora tezinden üretilmiştir.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi,
e-mail: ayhancesur@yyu.edu.tr, ORCID NO :0000 0002 2132 3031

GİRİŞ

Yoksulluk veya yoksul terimleri, göreceli kavramlardır ve yörelere ya da ülkelere göre farklılık göstermektedir. Ancak genel kabul görmüş şekliyle yoksulluk, bir ülkenin fert başına düşen millî gelirinin altında olan ve toplam gelirin, asgarî fizyolojik ihtiyaçları karşılayamayacak düzeyde olmasıyla yaşam güçlüğü çekilmesi halidir (Ören ve diğerleri, 2012).

Yoksulluk kavramı, “Yoksul olma durumu, yoksuzluk, varyyetsizlik, sefillik, sefalet, fakirlik” olarak tanımlanmaktadır (TDK, e.t. 28.04.2016). Ancak yoksulluğu yalnızca bu tanımlama ile ele alma eksik bir yaklaşım olacaktır. Verilen tanımlamada yoksul olma durumu varlık sahibi olmama durumu ve fakirlik gibi kavramlarla ele alınsa da yoksulluk kavramının ekonomik bir boyutunun olduğu ve aslında yoksulluğun tamamen ekonomi kaynaklı bir eksiklik olduğu görüşü de ağır basmaktadır. Bu bağlamda ekonomik açıdan yoksulluk kavramını gelir düzeyi belirli bir seviyenin altında olan birey veya ailelerin yaşamsal anlamda temel ihtiyaçları olan gıda barınma ve sağlık alanındaki ihtiyaçlarını karşılayamaması durumu olarak tanımlamak mümkündür. Bu tanımın yanı sıra bilim insanlarının da yoksulluğa dair yaptığı tanımlamaların var olduğunu bilmek önemlidir. Bilim insanları yoksulluğu oldukça dar bir çerçevede tanımlamış ve yoksul olan birinin açlıktan ölme veya barınacak herhangi bir yer bulamama gibi bir kritere göre ayrılmaları gerektiğini belirtmişlerdir (Yılmaz ve Koyuncu, 2006:2 - 3).

Yoksulluk kavramı insanlık tarihi açısından oldukça eskiye dayanan ve insanlar için fazlasıyla önemli olan bir konudur. Bu bağlamda yoksulluk ile ilgili pek çok görüş ortaya atılmıştır. Yoksunluk kavramı ile ilgili ortaya atılan görüşler incelendiğinde bunların belirli bir takım kavramlar üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Yoksunluk ile ilgili ortaya atılan görüşleri ortak noktaları itibariyle aşağıdaki gibi gruplandırmak mümkündür (Korkmaz, 2004:23).

- Yoksulluk ile ilgili ortaya atılan görüşlerde en fazla üzerinde durulan husus kişilerin kaynak olarak belirtilen unsurlara oldukça az sahip olması veya hiç sahip olmaması durumudur. Bu görüş kapsamında bireyler yaşamlarını sürdürebilmek için ihtiyaç duydukları kaynaklara ya çok sınırlı bir şekilde sahip olabilir ya da bu kaynaklardan tamamen mahrum olurlar. Ancak burada üzerinde durulması gereken husus kaynak olarak belirtilen varlıkların bireylerin lüks bir yaşam sürmeleri için değil, tamamen hayatlarını devam ettirebilmeleri için gereken unsurlar olduğudur.

- İkinci olarak üzerinde durulan hususlar bireylerin sosyal yaşamlarında yoksulluğun kendilerine yaptığı etki veya toplum içinde oluşturduğu izlenimdir. Bu alanda yoğunlaşan görüşlerde bireylerin yoksulluk nedeniyle toplum içinde nasıl bir görüş uyandırdıkları üzerinde durulmaktadır.

Yoksulluğun Ortaya Çıkışı, Yoksulluk Türleri ve Yoksulluğun Nedenleri

Yoksulluğun ortaya çıkış nedenlerini ilk üretim, ticaret gibi ekonomik faaliyetlerden itibaren bazı imkânlardan yoksun kalan insanlarla başlatmak ve bu şekilde oldukça eskiye dayandırmak mümkündür. Ancak bu konuda yapılan araştırmalarda yoksulluğun nedenlerinin ki ana dönemde incelendiği görülmektedir. Bunlardan birincisi İkinci Dünya Savaşı'na kadar yani 1944 yılına kadar yoksulluğun nedenleri, bir diğeri ise 1944 yılından sonra veya İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yoksulluğun nedenleridir.

Bu bağlamda ilk bölüm için yoksulluğun nedenleri incelendiğinde Rönesans adı verilen gelişmenin ardından bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmelerin yoksulluk konusunda güncel anlamında bir tetikleyici etki sağladığını söylemek mümkündür. Bu dönemin ardından hızla yapılan icatlar ve keşifler sonucunda ekonomik olarak oldukça fazla gelişme kaydedilmiştir. Yaşanan bu gelişmeler ile birlikte XIX. yüzyılda ortaya çıkan üretim ilişkileri sosyal hayatın bazı değişikliklere uğramasına neden olmuştur. Üretim ilişkilerine paralel olarak ortaya çıkan ticaret ve ticaretin dayalı olduğu rekabet unsuru ekonomi alanında dengesiz bir takım unsurların olmasını sağlamış ve bu da ekonomik bunalımların yaşanmasına neden olmuştur (Işıklı, 2002: 23).

Yoksulluğun günümüzdeki ülkesel anlamda az gelişmişlik faktöründen kaynaklanmasının sebebi ise merkantilist dönem olarak tabir edilen dönemden beri devam eden bir durumdur. XVI. ve XVIII. yüzyıllar arasında yaşanan bu dönemde kapitalist sermaye birikimi ve bu birikimin karşısında bulunan az gelişmiş ülkelerin işlevleri sürekli olarak değişiklik göstermiştir. Üretim faaliyetlerinde de sürdürülen kapitalist yaklaşım toplumsal ve ekonomik yapıyı etkilemiştir. Bu yaklaşım sonucunda az gelişmiş ülkelere yönelik bir sömürge anlayışının hâkim olduğu ve bu ülkelerin temel görevlilerinin Avrupa'nın sermaye birikimine katkıda bulunmak olduğu yönünde bir anlayış ortaya çıkmıştır. Yine bu yaklaşım nedeniyle Avrupa ekonomik anlamda zenginleşirken dünyanın diğer bölgelerinde bulunan ülkeler ve özellikle sömürge ülkeleri ekonomik anlamda çöküşün eşiğine gelmişlerdir. Bu da sömürge ülkeleri veya Avrupa haricinde bulunan ülkelere yoksulluk kavramının daha derinden ve daha fazla yaşanması sonucunu ortaya çıkarmıştır (Başkaya, 1991: 53 - 54).

Değişen ekonomik yapı içinde yoksulluk faktörünün yalnızca Avrupa dışında kalan ülkelere yaşanmadığını belirtmiştik. Bu bağlamda XIX. yüzyıl İngiltere'sinde kapitalist üretim nedeniyle halkın yoksullukla mücadele ettiği bilinmektedir. Yoksulluğun yaygınlaşmaya başlaması nedeniyle İngiltere'de devlet yoksullarla ilgili yasalar çıkararak bu konuda mücadeleye başlamıştır (Kovancı, 2003:11). Yaşanan yoksulluktan bahsedilen Alfred Marshall'ın "Principles" adlı eserinin ikinci baskısında, ekonomik anlamda yaşanan

gelişmelerin yoksulluk unsurunu azalttığını ancak ekonomik faaliyetlerde bulunmasına rağmen ailesini geçindirebilecek kadar kazanamayan insanların olduğunu ve bunun da toplum içinde yoksul bir zümrenin ortaya çıkmasına neden olduğundan bahsettiği görülmektedir (Şenses, 2001:34). İngiltere’de 1934 yılına kadar yoksullara yapılan yardımlar “Eski Yoksulluk Yasası” adıyla bilinen yasayla gerçekleştirilmekteydi. Bu yasa bağlamında oluşturulan sistemle İngiltere ve Galler’de ekonomik faaliyet gösteren bireyler kendi buldukları bölgelerde yaşayan yoksul kişilere ve engelli olan kişilere yardım etmek ve bunlar içinde çalışmaya elverişli olanlara iş vermek zorundaydı (Scott, 1994:3).

İngiltere tarafından yoksullar için çıkarılan kanunlar ve bu kanunlar doğrultusunda yapılan yardımlar Avrupa’da olumlu bir şekilde karşılanmış ve diğer ülkeler de yoksullara yardımlar yapılması amacıyla belirli sistemler oluşturma yoluna gitmiştir. Ancak bu sistemlerde görülen durum İngiltere’de yapılan yardımların diğer Avrupa ülkelerindekilere göre daha fazla olduğudur (Kovancı, 2003:11). Yine de Avrupa devletleri tarafından uygulanan yardım yasaları sonucunda istatistiksel olarak yoksulluk oranının yardım yapılan tüm ülkelerde düştüğü görülmektedir (Rose, 1974:9).

Yoksulluk alanında devletler tarafından çıkarılan yasalar XX. yüzyıla kadar sürmüş, ancak bu yüzyılda “Sosyal Güvenlik Sistemi” adı altında oluşturulan sistem bu yasaları sona erdirmiştir. Sosyal güvenlik sistemi ile devlet ve ekonomik alanda faaliyet gösteren vatandaşlar arasında yeni bir ilişki kurulmuştur. Oluşturulan bu sistemle devletler içinde yer alan yoksulluk faktörünün bireysel bir kaybediş şeklinde değerlendirilmediği görülmektedir. Sosyal güvenlik sistemi sayesinde yoksulluk unsuru devletler tarafından ele alınması gereken ve vatandaşlara ait savunulması gereken bir hak olarak değerlendirilmiş ve devletin sorumluluğuna verilmiştir. Bu bağlamda devlet vatandaşını piyasadaki belirsizliklerden korurken piyasayı da ekonomik ve sosyal müdahalelerle belli bir düzeyde tutmayı hedeflemek zorunda kalmıştır (Kovancı, 2003:137).

Bu döneme kadar yoksulluk konusunda atılan adımlar ve izlenen yollar bir nebze de olsa konunun iyileştirilmesini sağlamıştır. Ancak 1930’larda başlayan ekonomik kriz durumu ülkelerin ekonomi politikalarının baştan yazılmasına neden olabilecek kadar güçlükler doğurmuştur. Bu sarsıntılar nedeniyle işsizlik, gelir azlığı vb. gelişmeler toplum içinde yoksullara dair yardım çalışmalarını sekteye uğrattığı gibi yoksul kesimin artış göstermesine de neden olmuştur. Ancak bu durum tüm ülkeler için geçerli değildir. İstisna olarak Amerika’yı göstermek mümkündür ki Avrupa’da kötüleşen ekonomi koşulları Amerika’da kısmen de olsa iyiye doğru bir gidiş göstermiştir.

Birçok ulusu köklü bir şekilde etkileyen ve uluslararası sorunlara sebep olan

kriz durumu etki alanıyla eşit olan bir yeni yapılanmayla çözümlenme gereğini doğurdu. Bu doğrultuda uluslararası alanda parasal sınırlamaları ortadan kaldırarak ülkeler bazında rahatlamayı sağlayan IMF ve Dünya Bankası gibi uluslararası yapılanmalar oluşturulmuştur. Bu yapılanmaların temel amacı ülkelerin ekonomik anlamda rahatlamasını sağlamak olsa da ekonomisini iyileştiren ülkelerde yoksulluk gibi sorunların azalması ve belki de ortadan kalkması söz konusu olacağı için bu yapılanmalar yoksulluk konusunda da oldukça etkili olmuştur (Şahin, 2000:208). Ancak yeni yapılanmanın ortaya çıkarılış sebepleri arasında az gelişmiş ülkeleri de ekonomik anlamda kaldırmak gibi bir hedefin varlığından söz edilememektedir. Bu ülkeler daha çok bağımlı hâle getirilerek ekonomik açıdan bağımsız bir yapıya kavuşmaları engellenmiştir (Akalin, 2004:74). Aslında bu açıdan ele alındığı zaman yeni ekonomik yapılanmalar Amerika'nın istediği devletlerin güçlenmesi, geri kalanların ise zayıflaması ve belirli bir sisteme bağımlı olmaları sonucunu doğurmaktadır ki bu da, güçlü daha güçlü güçsüz ise daha güçsüz olacaktır, şeklinde bir sonuç ortaya çıkarmaktadır. Diğer bir ifadeyle uygulanan sistemler veya vücuda getirilen yeni yapılanmalar gelişmemiş ekonomiler lehine herhangi bir fayda sağlamayacaktır.

Bu dönemde ekonomik anlamda hâkim olan bir diğer düşünce ise gelişme iktisadı olarak tabir edilen düşünce şeklidir. Bu düşünce öncelikle az gelişmiş ülkeler konusunda yapılacak olan gelişim faaliyetlerinin devlet liderliğinde gerçekleştirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu faaliyetler devletin önderliğinde sanayileşme ve fiziksel sermayenin biriktirilmesini ön planda tutan ve bunun yanı sıra dış yardımlara da muhtaç olunduğunu belirten bir görüştür. Bu da devlet yardımıyla bile olsa ülkelerin bağımlılıklarının elden bırakılmamasına yönelik olan bir düşünce olduğunun göstergesidir. Gelişme iktisadına göre hızlı bir büyüme sağlanırsa bu büyüme kısa bir zamanda toplumun tüm katmanlarına yansiyacak ve bu yansıma sonrasında yoksulluk konusu çözüme kavuşacaktır. Ancak 1960'lı yıllara geldiği zaman pek çok az gelişmiş ülkede yüksek büyüme hızına rağmen yoksulluğun azalmadığı ve hatta tam tersine artmış olduğu görüldüğü için gelişme iktisadı olarak ileri sürülen bu görüş eleştirilmiştir (Şenses, 2001:36).

1970'li yıllar ise yakın tarihimiz açısından yoksulluğun en fazla gündeme geldiği ve yaşandığı dönemler olarak tabir edilebilir. 1970'li yıllarda Amerikan Doları uluslararası anlamda oldukça fazla değer kaybına uğramış ve dünya genelinde üretim alanında büyük bir gerileme görülmüştür. Bunun sonucunda ticari faaliyetlerde azalma ve üretim yapan firmaların ise iflas etmeleri gibi olumsuz durumlar ortaya çıkmıştır. Paranın değerini kaybetmesi ve üretimin azalması ile firmaların kapanması ekonomik anlamda bir darboğaza girilmesi

sonucunu ortaya çıkarmış ve enflasyon oranlarında sürekli bir yükselme görülmeye başlanmıştır. Ekonomik olarak stagflasyon şeklinde tanımlanan bu durum dönemin hakim yaklaşımı olan Keynesçi yaklaşımla açıklanmaya çalışılsa da bu konuda pek de başarılı olunamamıştır (Işıklı, 2002: 24). Yaşanan ekonomik sıkıntılar sonucunda uluslararası yapılanmaların yoksulluk konusundaki yaklaşımları yine daha önceki dönemlerde geçerli olan gelişme iktisadi doğrultusunda olmuştur. Bu yıllarda yoksulluk konusuna eğilme ve bu konudaki çalışmaların etkisiyle uluslararası kuruluşlar da yoksulluk konusunda faaliyetler göstermek için çalışmalara başlamışlardır. Dünya Bankası ve ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü) birlikteliği ile yoksul olarak tabir edilen kesime yönelik barınma, sağlık ve eğitim olarak sıralanabilecek olan temel ihtiyaçların karşılanması konusu gündeme getirilmiş ve bu bağlamda temel ihtiyaçlar yaklaşımı olarak tabir edilen bir yaklaşım benimsemiştir. Bu yaklaşımın benimsenmesinin devamında yine Dünya Bankası öncülüğünde yoksul kesimin iş olanakları ve ekonomik refah seviyelerinin artırılmasını amaçlayan “Büyüme ile Birlikte Yeniden Dağıtım Yaklaşımı” olarak isimlendirilen bir yaklaşım ön plana çıkmıştır (Şenses, 2001:38).

Yoksulluk konusunda yapılan çalışmalar veya ortaya konulan görüşler değişse de bu konudaki yetersizlik unsuru sürekli olarak vurgulanmış ve yaklaşımlar sürekli olarak eleştirilmiştir. Örneğin; bu dönemde Bangladeş'te yapılan bir araştırmada ülkeye 26 yılda yapılan 30 milyar dolarlık dış yardımın yüzde 75'lik bir kısmının ülkeye ulaşmadığı ve bu ulaşmayan kısmın araç - gereç, malzeme gideri veya sistem içinde yer alan görevlilerin ücret ödemeleri olarak gösterildiği görülmüştür. Bu da sistemin işleyişinde bariz birtakım sorunların olduğunu ve yardım olarak gönderildiği söylenen paraların aslında ülkeye ya çok az bir kısmının girdiğini ya da giren kısmının bile ülkeye bir fayda sağlamadığını göstergesidir.

Diğer bir ifadeyle sistem veya uygulamalara dair eleştiriler, bunların oluşturulma amaçlarına hizmet edememeleri bakımından oldukça haklı eleştirilerdir (Yunus, 2006:31).

1970'li yıllar boyunca yoksulluk konusundaki yaklaşımlarda hâkim olan Keynesçi tutum 1970'lerden sonra yapısal açıdan değişikliğe maruz kalmıştır. Bu doğrultuda Keynesçi yaklaşımda hâkim olan sosyal refah devlet anlayışındaki işveren, işçi ve devletin oluşturduğu üçlemeden, devletin çıkarılması kararı benimsemiştir. Neo liberalizm olarak adlandırılan bu yaklaşımda refah devleti anlayışı içinde insanların yardıma olan bağımlılığının arttırılarak yoksulluğun körüklendiği vurgulanmıştır. Ayrıca girişim ruhunun azaltılarak toplumun mali anlamda yükünün arttırıldığına da dikkat çekilmiştir. Bu yaklaşımın ardından sosyal yardım konusunda fayda sağlayacak olan bireylere belirli sınırlamalar

getirilmiş ve yapılacak olan yardımlar da süre, tutar, miktar bakımından belirli kriterlere göre sınırlandırılmıştır (Şenses, 2001:38). Diğer bir ifadeyle 1980'li yıllara doğru ülkelerin yürütmüş olduğu ekonomi politikalarında büyük değişiklikler yaşanmıştır. Yaşanan bu değişimler sonucunda pazar ağırlıklı çözümler ve serbest ticarete doğru bir yaklaşım benimsendiği görülmektedir. Burada amaç bireylerin üretim faaliyetlerine katılarak yardıma olan bağımlılıktan kurtulmaları ve bu şekilde yoksulluk faktörünün azaltılmasıdır (Köse, 2003:20).

Yoksulluğun Nedenleri

Günümüz dünyasında da geçmişte de yoksulluğun ortaya çıkması ve boyutlarının giderek farklılaşması konusunda çok farklı nedenler olduğu bilinmektedir. Bu faktörlerin başında küreselleşme olgusu ve gelir dağılımındaki adaletsizlik gelmektedir.

Gelir dağılımındaki adaletsizliği kazanç miktarının ekonomik faaliyetlere göre dağılmasından ziyade ailelerdeki çalışan bireylerin sayılarına göre de farklılaştırmak mümkündür. Nitekim ailelerde sadece bir kişinin çalışması bir aile için tek bir ekonomik gelir anlamına gelmektedir ki bu da hangi ülkede olursa olsun yetersiz bir geçim anlamına gelmektedir.

Yoksulluk faktörünün nedenlerini incelediğimizde kaynaklarda aşağıda belirttiğimiz unsurların yer aldığını görmekteyiz (Aktan, 2002:551).

- Öncelikle adaletsiz vergi sisteminin yoksulluğa neden olduğundan bahsedilmektedir ki bu da bireylerin kazançları ölçüsünde vergi alınmaması veya alınan vergilerin fazla olması nedeniyle kazançlarının ailelerin geçimleri için ayıracakları kısmını vergi olarak ödemeleri anlamına gelmektedir. Bu durum yoksulluk konusunda başlıca sebeplerden biridir.
- İkinci husus doğal afetler olarak gösterilmektedir. Doğal afetler etkili oldukları yerlerde meydana getirdikleri zarar vb. faktörler nedeniyle ekonomik faaliyetleri ortadan kaldıran veya durduran olaylardır. Doğal afetler nedeniyle ekonomik faaliyetlerin durması, çalışan nüfusun işsiz kalmasına veya işveren bireylerin işyerlerinde gerekli faaliyetleri sürdürememelerine neden olmaktadır ki bu da çok boyutlu bir ekonomik sıkıntı durumunu ortaya çıkarmaktadır. Yaşanan bu ekonomik sıkıntılar sonucunda toplum içinde yoksulluk oranının arttığı görülmektedir.
- Yoksulluk konusunda faiz oranlarının yüksek olması ve haksız kazançlar da büyük etkiye sahiptir. Bireylerin yatırım amacıyla almış oldukları kredileri yüksek faizlerle geri ödemeleri ekonomik faaliyetler açısından olumsuz bir durum ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca haksız kazanç sağlama yoluyla bireylerinin gelirlerini ellerinden alınması da toplumsal anlamda yoksulluğu artmasına neden olan bir diğer unsurdur.

- Toplum içinde aktif nüfus olarak tabir edilen nüfusun yaş aralığına denk gelse de bedensel engelleri yüzünden ekonomik faaliyetlere katılamayan bireyler de yoksulluğun artmasında etkili olan faktörlerdendir.
- Yoksulluk konusunda etkili olan bir diğer unsur ise bireylerin yeteneklerinin birbirinden farklı olmasıdır. Bu konu yoksulluk üzerinde pek etkili gibi görünmese de yetenek konusunda biraz daha fazla yeteneğe sahip olan bireylerin diğer bireylere göre tercih edilmesi durumunda ekonomik anlamda bazı bireylerin olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. Yetenekli bireylerin iş verimlerinin yüksek olması da bazı alanlarda birden fazla bireyin çalıştırılmaması sonucunu doğurmaktadır ki bu da yoksulluk konusunda olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.
- Özellikle tarım arazilerinin miras yoluyla parçalanması yoksulluğu tetikleyen bir diğer unsurlardandır. Tarım arazilerinin parçalanması sonucunda bireylerin elde ettikleri yeni ama küçük olan topraklardan istedikleri geliri elde edememeleri sonucunda daha az bir gelire yaşamak zorunda kalmaları yoksulluğu arttıran bir faktördür.
- Ekonomik piyasalarda belirli hizmetlerin belirli kişi veya kurumlar tarafından sürdürülmesi de toplumsal anlamda yoksulluğu arttırıcı unsurlardandır. Bireylerin belirli ekonomik faaliyetleri sürdürememeleri ve bu faaliyetlerin belirli birey veya kurumların elinde olması durumu aynı zamanda haksız kazanç unsurunu da doğurmaktadır.
- Ekonomik piyasalarda yaşanan enflasyon durumu da yoksulluğa neden olmaktadır. Toplum içinde gelirini belirli bir düzeye kadar arttırabilen veya geçimine yetebilecek kadar gelir elde eden kişiler enflasyon nedeniyle artan fiyatları ayak uydurabilme zorunluluğuna düşmekte ve bu da harcamalarını kısımlarına neden olmaktadır. Bireyler enflasyon nedeniyle bazen zaruri ihtiyaçlar dışında herhangi bir isteklerini gerçekleştirebilmektedirler. Bu da yoksulluk durumunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır.
- Toplum içinde yoksulluğu zirveye çıkardığından bahsedebileceğimiz en önemli unsur ise tüm belirttiğimiz unsurlar içinde görülebilecek olan işsizlik faktörüdür. İşsizlik konusu yalnızca bireyin çalışabileceği bir iş yerine girmesi ve burada çalışması durumunun olmaması olarak algılanmamalıdır. Bireylerin işyeri kuramaması ve bu nedenle ekonomik faaliyetlerin dışında kalması da işsizlik olarak ele alınmalıdır. İşsizliğin yoksulluk faktörünün ortaya çıkmasındaki en önemli etkisi bireylerin iş bulamamaları nedeniyle herhangi bir ekonomik gelir elde edememeleri ve bu nedenle de alım gücünden mahrum kalmaları olarak düşünülebilir.

Yoksulluğun nedenleri Marksist bakış açısına göre düşünüldüğünde işçilerin ortaya koydukları emeğe karşılık gelen ücreti tam olarak alamamaları ve ekonomik faaliyetlerdeki gelir dağılımının sürekli olarak işçi sınıfının aleyhine gelişmesi olarak görülmektedir (Öztürk, 2008:609). Marksizm'in kurucusu olan Karl Marx, yoksulluğu yönetici sınıfının ortaya çıkardığı ve bunun sonucunda da kendi

çıkarlarını koruduğu bir yapılanma olarak görmektedir. Marx'a göre yöneticiler aldıkları kararlar ve bu kararlara göre yaptıkları uygulamalar ile yoksulluğu bizzat kendileri ortaya çıkarmaktadır. Yoksulluk konusunda en önemli faktörlerden biri şeklinde belirtilen işsizlik konusu da kapitalist düşünceye göre sürdürülebilir ekonomik gelişmenin en temel şartlarından biridir ve yine Marksist görüşe göre işsizlik yoksulluğun en temel nedenlerindedir (Karabulut, 2007:34).

Yoksulluk konusunda görüş bildiren bir diğer ekonomist olan Mill, yoksulluğu topraktan elde edilen rantla birlikte değerlendirmektedir. Mill, topraktan elde edilen rantın hak edilmemiş bir kazanç olması nedeniyle yoksulluğa neden olduğunu vurgulamıştır. Bir diğer görüş ise Malthus'a aittir. Malthus, yoksullukla nüfus artışını birlikte düşünmüş ve nüfus artışının oluşturduğu baskının yoksulluğu meydana getirdiğini savunmuştur. Keynes ise yoksulluğun nedeni olarak etkin talep yetersizliği sonrasında ortaya çıkan işsizlik görüşünü savunmuştur. Nitekim işsizliğin yüksek olduğu ülkelerde ekonomik anlamda sıkıntılar yaşanacağını ve bunun da yoksulluğu ortaya çıkaracağını öne sürmüştür. Ancak genel manada üzerinde durulan hususlar; hizmet kalitesinin düşmesi, insanların gerekli ürünlere değil lükse kaçarak israf etmesi, yapılan faaliyetlerden yeterince verim alınmaması, devlet tarafından veya özel sektör tarafından yapılan yatırımların yetersiz olması, ayrıca istihdamın yeterince sağlanamaması konuları üzerinde durulmaktadır (Öztürk, 2008:609 - 610).

Uygulanan Politikaların Yoksulluğa Neden Olması

Ülkelerin uyguladığı politikalar açısından yoksulluk nedeni olarak gösterilebilecek olan politika neo-liberal politika olarak belirtilmektedir. 1970'lerin son dönemlerinden 1990'lı yılların ilk dönemlerine kadar gelişen ve ülkelerin kalkınma planlamalarında etkili olan neo-liberal politikalar bireysel yaklaşımı, ekonomik piyasalarda özgürlüğü ve devletin küçülmesi gibi bazı fikirleri bünyesinde barındırmaktaydı. Bu yaklaşımın en temel özelliği devletin küçülerek düzeni daha rahat sağlayabileceğine atıfta bulunmasıydı.

Neo-liberal yaklaşıma göre zayıf bir ekonomik performansın en önemli nedeni ekonomik piyasalarda devletin aşırı derecede müdahaleci bir tavır sergilemesidir. Yine bu düşünceye göre ekonomik piyasalar fazla büyük orandaki

müdahalelerden kurtarılıp özgür bir yaklaşıma gidilmelidir. Bu bağlamda devlet olayı çözen değil esas manada problemi doğuran yapıdır. Nitekim müdahalenin en büyük unsuru devlet tarafından gerçekleştirilmece ve burada neo-liberal görüşe ters bir durum ortaya çıkarmaktadır. Neo-liberal yaklaşımı savunan kişiler ortaya koydukları kurallarda ülkesel anlamda değişmeyen diğer bir ifadeyle evrensel olarak geçerli olan bazı yaptırımlar belirlemişlerdir. Bunlar serbest ticaretin yapılması, özelleştirmenin teşvik edilmesi ve özel girişimlerin yaygınlaşması, ülkedeki döviz kurlarının serbest bırakılması, faiz oranlarında bir kısıtlamaya gidilmemesi vb. şeklinde sıralanabilir.

Neo-liberal yaklaşımı savunan kişiler öne sürdükleri fikirlerin tutarlılığı veya geçerliliği konusunda somut bir kanıt olarak Doğu Asya ülkelerini göstermektedirler. Bu ülkelerin üstün sayılabilecek ekonomik performansları Neo-liberal yaklaşım için oldukça somut bir kanıt niteliğindedir. Neo-liberal yaklaşımda bahsedilen devlet modeli gibi şekillenen Güney Kore ve Tayvan gibi ülkeler hem büyüme konusundaki performanslarını hem de işsizliğin azalması, gelir dağılımındaki adaletsizliğin azalması ve buna bağlı olarak da yoksulluğun azalması konusundaki üstün başarılarıyla oldukça olumlu örneklerdir. Neo-liberal bakış açısına göre bu ülkeler esasında Neo-liberal yaklaşıma göre davranmakta ve buna bağlı olarak daha az müdahaleci, dışarıya daha fazla açık ve iç piyasalarında serbestliği benimsedikleri için üst düzeyde bir başarı yakalamışlardır. Bunun tam aksine ekonomik alanda korumacı olan, müdahaleci olan veya dışa kapalı olan ülkelerde ise büyüme oranlarında düşüklük, işsizlik konusunda azalma yaşanmaması ve yoksulluğun ise giderek artması gibi problemler yaşanmaktadır.

Bu denli iddialı ve somut delillerle ortaya çıkan Neo-liberal yaklaşım Bir noktada dünyada yoksulluğun ortadan kaldırılması, istihdamın artırılması ve hayat standartlarının yükseltilmesi gibi konularda bir çıkış yolu gibi görülmüş ve hızla benimsenmeye başlanmıştır. Ancak dünyadaki ekonomik büyüme Neo-liberal döneminin başladığı ve devam ettiği zamanlarda beklenenin aksine istenen sonucu vermemiştir. Nitekim Neo-liberal dönem olarak tanımlayacağımız bu dönemde dünya ekonomisi oldukça kötüye giden istikrarsız bir yapı sergilemiştir. Bunun yanı sıra ülkeler arası farklılıklar da zirveye tırmanmıştır. Gelişmiş ülkeler daha fazla gelişmeye başlamış gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkeler ise bu ülkelerin oldukça gerisinde kalmıştır. Doğu Asya ülkelerinin örnek gösterilip bu modellerin benimsenmesinin istendiği ülkelerde ise Doğu Asya ülkelerine göre oldukça fazla geride kalma durumu söz konusu olmuştur. Afrika ülkeleri konusunda ise negatif manada bir büyümenin olduğu görülmüştür.

Neo-liberal yaklaşımın beklenen faydayı sağlayamadığı anlaşıldığında bu yaklaşım hakkında oldukça fazla eleştiriler yapılmaya başlanmıştır. Bu eleştiriler

sonrasında 1990'lı yıllara gelindiğinde; Post-Washington Konsensüsü adıyla bilinen yeni bir yaklaşım ortaya çıkmıştır. Dünya Bankası tarafından benimsenen bu yaklaşım, daha sonra Uluslararası Para Fonu tarafından da kabul görmüştür. Post-Washington Konsensüsü olarak ortaya konulan bu sentez, iktisat alanında oldukça başarılı olan Joseph Stiglitz tarafından büyük katkılar sağlanarak vücuda getirilmiştir. Senteze; Dani Rodrick, Stanley Fischer, Ravi Kambur gibi iktisatçıların da katkı sağlayarak son hâlini verdikleri bilinmektedir (Öniş ve Şenses, 2005:273 - 274).

Post-Washington Konsensüsü ile Neo-liberal yaklaşımın benzer noktaları olduğu bilinmektedir. Nitekim iki görüşte de açık piyasaların olması ve ekonomik olarak liberal yaklaşımların benimsenmesinin gerekliliği savunulmaktadır. Ancak Post-Washington Konsensüsünde belirtilen durumların oluşturulduğu ortamlarda devletin geri planda kalması konusunda bir gereklilik veya savunma bulunmamaktadır. Tam aksine devletin bu durumlarda daha önemli olduğu vurgulanmaktadır. Bunun yanı sıra Post-Washington Konsensüsünde bütünsel bir gelişme, ileriye yönelik hamlelerin yapılması tek başına üzerinde durulan konular değildir. Yeni yapıda yoksulluk ve toplumdaki gelir eşitsizliği ile ilgili mücadele yöntemlerinin benimsenmesinin de üzerinde durulmaktadır. Hatta konsensüste yoksulluğun azaltılması ve mümkünse ortadan kaldırılması direkt olarak hedef kabul edilen bir yaklaşımdır. Bu yönüyle de Neo-liberal yaklaşımı zıt bir duruş sergilenmektedir. Diğer bir ifadeyle Post-Washington Konsensüsünde bütünsel manada büyüme hedeflenirken yoksulluk geri planda bırakılan bir durum olmamaktadır.

Yoksullukla İlgili Yaklaşımlar

Yoksulluk yaklaşımları, esasında yoksulluğun tanımlanması ve bu tanımlar içinde ortak olan veya ağır basan ana noktaların bir araya getirilmesiyle oluşan yaklaşımlardır. Temel olarak dört yaklaşım şeklinde ele alınır. Bunları;

- Yoksulluğun temel göstergesi olan parasal yaklaşım,
- Kapasite yaklaşımı,
- Bireylerin toplum tarafından görmüş oldukları tepkiyi ifade eden sosyal dışlanma yaklaşımı,
- Katılımcı yaklaşım

şeklinde sıralamak mümkündür. Sıralanan bu yaklaşımlar incelendiği zaman, bunların birbirine ağır basma veya bir diğerini devre dışı bırakma gibi bir durumdan ziyade birbirini tamamlar nitelikte oldukları görülmektedir. Ancak bu tamamlayıcılık kavramların herhangi birini birbirinin yerine kullanılabilmesi anlamına gelmemektedir (Thorbecke, 2005:3; Laderchi vd., 2003:244).

Yoksulluk konusunda tek elden bir yaklaşımın ortaya konulmamasının temel nedeni yoksulluğun farklı boyutlara sahip olan bir olgu olmasıdır. Yoksulluk konusundaki farklı yaklaşımlar ölçülmesi zor olan alanlara dair ortaya konulmuştur. Bunu örneklendirmek gerekirse, yoksulluğun maddi boyutu ile ilgili yaklaşım farklı sosyal boyutuyla ilgili yaklaşım farklıdır veya yoksulluğun insani boyutu farklı ekonomik boyutu ise farklıdır. İşte ortaya konulan farklı yaklaşımların çıkış noktası bu farklı boyutlara dair doğru yaklaşımların sergilenmesini sağlamaktır.

Yeni Yoksulluk

Yeni yoksulluk kavramı dünya literatürüne İngiltere'de gerçekleşen Sanayi Devrimi sonrasında girmiştir. Sanayi Devrimi ile ortaya çıkan gelişmeler, üretim ve tüketim yapılarındaki farklılaşmalar gibi faktörler yoksulluk olgusunda farklı bir boyutun meydana gelmesine neden olmuştur. Ortaya çıkan bu yeni boyut ise o güne kadar görülmeyen bir yoksulluk şekli olduğu için mevcut durum “Yeni Yoksulluk” olarak adlandırılmıştır.

Yeni yoksulluk olarak nitelendirilen olgunun ortaya çıkmasına sebep olan bazı durumlar vardır. Bu durumları Sanayi Devrimi'yle ortaya çıkan gelişmeler ile özdeşleştirmek mümkündür. *Yeni yoksulluğa sebep olan etkenleri;*

- *içinde bulunulan toplum bünyesinde işsizlik sorununun ortaya çıkması ve fazlaşması,*
- *formel sektör olarak tabir edilen ve düzenli bir işleyişe sahip olan sektörlerde istihdam olanaklarının azalması,*
- *bireylerin, istihdam olanaklarından faydalansalar bile, elde ettikleri ekonomik gelirin az olması nedeniyle geçim sıkıntısı yaşamaları,*
- *enformel sektör olarak tabir edilen ve düzenli bir iş yapısı bulunmayan sektörlerde bile istihdam olanaklarında azalmanın görülmesi*

şeklinde sıralamak mümkündür. Ancak tüm bu faktörlerin ötesinde yeni yoksulluk kavramının tespiti için aranan en belirgin özellik enformel olarak tabir edilen sektörlerin ülke çapında yaygınlık göstermesi ve bunun yanı sıra ülkede istihdam olanaklarının istenen seviyede olmamasıdır (Güneş, 2009:11).

Yeni yoksulluk kavramına günümüzden de eklemeye yapmak mümkündür. Nitekim günümüzde ihtiyaçların karşılama noktasında yeterli kaynağa sahip olmama durumu da “yeni yoksulluk” içerisinde değerlendirilmektedir (Pehlivan, 2010:24).

Karma Yoksulluk

Karma yoksulluk kavramı, yoksulluk konusunda yapılan tanımlamaların temeli olan mutlak yoksulluk ve göreceli yoksulluk tanımlamalarının yoksulluğun

tam anlamıyla tanımlanmasında yetersiz olduğu görüşünden hareketle ortaya atılmıştır. Karma yoksulluk kavramı adından da anlaşılacağı gibi yoksulluk konusunda yapılan tanımlamaların farklı olması konusunda bir takım öneriler barındırmaktadır. Bu görüşe göre tek veya özel bir tanımlamayı oluşturularak yoksulluk kavramı için evrensel bir tanım oluşturmak mümkündür. Ancak yapılan bu tanımlamada üç grup yoksul sınıfının tanımlanması gerekecektir. *Bu sınıfsal tanımlama ile de Dünya üzerindeki tüm yoksul insanlar için ortak bir sonuca varmak mümkün olacaktır. Yapılan sınıfsal ayrıma göre;*

- *Tüm ülkelerde hem mutlak yoksulluk sınırı hem de görelî yoksulluk sınırının altında kalan insanlar birinci sınıfı oluşturacaktır. Bu sınıflamada kullanılacak olan kriterler daha önceki tanımlamalarda belirlenen kriterlerdir.*
- *İkinci grup ise daha çok ekonomik anlamda geri kalmış ülkelerde yaşayan insanları kapsamaktadır. Bunlar, mutlak yoksulluk sınırının altında olan ancak görelî yoksulluk sınırının üstünde olan bireylerdir.*
- *Üçüncü gruba giren bireyler kendi ülkelerindeki görelî yoksulluk sınırının üzerinde bir gelir seviyesine sahip olan bireylerdir. Bu da üçüncü gruba girenlerin mutlak yoksulluk sınırının üstünde yaşayan bireyler olduklarını göstermektedir. Bu yoksulluk sınıfı daha çok ekonomik anlamda gelişmiş olan ülkelerde yaşan bireyleri kapsamaktadır (Kaya, 2011:40).*

Nöbetleşe Yoksulluk

Bu yoksulluk tanımlaması daha çok şehirler gibi aynı yerleşim yerinde yaşayan insanları kapsamaktadır. Nöbetleşe yoksullukta şehir yaşamı içinde var olan yoksul kesimden bazı grupların diğer gruplardan faydalanarak zenginleşmelerini veya yaşam kalitelerini artırmalarını ifade eder (Kocatepe, 2011:28).

Bu yoksulluk tipinde temel unsur sosyal / toplumsal ilişkilerin dikkate alınarak belirlenimin yapılmasıdır. Nöbetleşe yoksulluk kavramı devredilebilen ve bu nedenle de geçici olarak adlandırılabilir olan bir yoksulluk olduğunu savunur. Bu görüşe göre, bir yerleşim yerinde bulunan yoksul bireyler buraya kendilerinden sonra gelen kişilere yoksulluklarını devredebilirler. Bu da bireylerin yoksul olma durumundan kurtulmalarını ifade etmekle beraber topluma yeni yoksulların katılmasını da beraberinde getirir (Işık ve Pınarcıoğlu, 2009:79). Bu yoksulluk tipinde devredilebilme unsuru ve yerleşim yerine geçiş farklılıklarının olması, sistem içine bir yakınlık unsurunun katılmasına neden olmuştur. Diğer bir ifadeyle bu yoksulluk tipinde hemşerilik ilişkilerinin baskın olduğunu söylemek mümkündür (Kocatepe, 2011:28 - 29).

Sosyal İmkânlar Açısından Yoksulluk

Bu yoksulluk türünde maddi kaynaklardan ziyade sosyal - insanî gelişme açısından gerekli olan ihtiyaçlara ulaşamama durumuna dikkat çekilmektedir. Sosyal imkânlar yoksulluğu denildiği zaman maddi imkânlar bütünüyle kapsam dışına itilmemelidir. Bu konudaki ilk tanımlama Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından yapılmıştır. Ancak UNDP tarafından yapılan tanımlamada sosyal imkânlar açısından yoksul sayılabilmek için birtakım kriterler belirlenmiştir. Belirlenen kriterleri;

- üreme açısından gerekli sağlık koşullarını taşıma ve sağlık imkânlarına ulaşabilir olma,
- büyüme ve gelişme açısından yeterlilik kriterlerine sahip olma,
- okuma - yazma konusunda yeterlik sahibi olma şeklinde sıralamak mümkündür.

Bu kriterler bireysel olarak görülse de sahip olma durumu bakımından elde edilen veriler hesaplanarak toplumsal anlamda bir sosyal imkânlar yoksulluğu belirlenmektedir (Pire, 2011:8).

Ultra (Olağanüstü) Yoksulluk Durumu

Bu yoksul sınıfı yoksulluk tanımlamalarında en fazla yoksul olanlar arasında yer almakta, diğer bir ifadeyle yoksullar içinde bile en alt seviyede olanlardır. Ultra yoksul tanımlamasına dahil olan bireyler, gelir seviyelerine göre belirlenmektedir. Ancak hesaplama noktasında bireyin gelir seviyesi ile bireyin günlük alması gereken kalori arasında bir bağlantı kurulmaktadır. Bu yoksulluk sınıfına giren bireyler elde ettikleri gelirin tamamını harcasalar bile günlük olarak almaları gereken kalori miktarının ancak %80'ini elde eden bireylerdir. Bu tanımlama ilk olarak Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından ortaya konulmuştur. Zaman içinde farklı örgütler, kurum veya kuruluşlar tarafından benimsenen tanımlama farklı yapılanmalar tarafından “olağanüstü yoksulluk” olarak da tanımlanmaktadır (DPT, 2001:106).

SONUÇ

Yoksulluk konusunda, elbette ki yoksun olarak nitelendirme amacıyla kullanılan kriterlerin belirli bir oranı olması gerekmektedir. Bu da yoksulluk sınırı olarak tanımlanmaktadır (Dumanlı, 1996:9). Teknik olarak yoksulluk sınırı bir toplumda yoksul olarak nitelendirilen bireylerle yoksul olmayan bireyleri birbirinden ayırmak için kullanılan sınırdır şeklinde bir tanımlama yapmak

mümkündür. Ancak yoksulluk sınırı olarak isimlendirilen bu sınır konusunda bir kesinlikten söz etmek mümkün değildir. Diğer bir ifadeyle yoksulluk sınırı evrensel bir sınır değildir. Nitekim ülkeler veya aynı ülke içinde bölgeler ekonomik anlamdaki gelişmişlikleri ile birbirinden farklıdır. Bu nedenle bir ülke için yoksulluk sınırı olarak belirtilen sınır başka bir ülke için zengin bireylerin yaşam sınırı olarak değerlendirilebilir. Bu da yoksulluk sınırının ülkeden ülkeye değişen bir kavram olduğunu, diğer bir ifadeyle göreceli bir kavram olduğunu göstermektedir.

Yoksulluk sınırı göreceli bir kavram olduğu için bu sınıra dair yapılacak olan tespitler konusunda da birbirinden farklı görüşlerin öne sürüldü görülmektedir. Bu konuda en temel belirleyici olarak öne sürülen görüş; bireylerin yalnızca gıda harcamalarının hesaplanması yoluyla yoksulluk sınırının belirlenmesidir. Diğer bir ifadeyle bu belirteç ile fizyolojik ihtiyaçlar için yapılan harcamalar yoksulluğun boyutunu belirlemede kullanılmaktadır. Bu görüşün yanı sıra bazı uzmanlar ise gıda harcamalarına ek olarak bireylerin gündelik yaşamlarını sürdürmek için veya sosyal yaşamlarını devam ettirebilmek için yaptıkları harcamaların da hesaplanması gerektiğini belirtmişlerdir. Burada da belirtilmek istenen husus bireylerin sağlık, eğitim gibi sosyal yaşamlarını sürdürmeleri için gerekli olan durumlara ne denli para harcadıklarını tespit ederek bir yoksulluk sınırının belirlenmesidir. Ancak yoksulluk sınırı belirlenirken genel olarak kabul gören görüş yalnızca fizyolojik ihtiyaçlara yapılan harcamaların hesaplanması gerektiğini öne süren görüştür (Dumanlı, 1996:9).

KAYNAKÇA

- Adaman, F., Bulut, T., (2007), **Diyarbakır'dan İstanbul'a 500 Milyonluk Umut Hikâyeleri Mikrokredi Maceraları**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akalın, U. S., (2004), **Türkiye'de Devlet-Sermaye İşbirliğinin Ekonomi Politikası: Devletin Ekonomideki Rolü ve Yeri**, 2. Baskı, İstanbul: Set Yayınları.
- Akbulaev, N., (2012), Bağımsız Türk Devletlerinde Mikro Finansman, **Turan Stratejik Araştırmalar Merkezi Dergisi**, C. 4, S. 15.
- Akgül, A., (2003), **Zenginliğin Yaygınlaştırılması İçin Mikrokredi Uygulaması: Türkiye Grameen Mikrokredi Projesi**, Ankara: Türkiye İsrافی Önleme Vakfı Yayınları, Ekim.
- Aktan, C. C., (2002), "Yoksulluk Sorununun Nedenleri ve Yoksullukla Mücadele Stratejileri", **Yoksullukla Mücadele Stratejileri**, Ankara: Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu Yayını.
- Aktan, C. C., İ. Y. Vural (2002), "Yoksulluk: Terminoloji, Temel Kavramlar ve Ölçüm Yöntemleri", **Yoksullukla Mücadele Stratejileri**, Coşkun Can Aktan (Ed.), Ankara: Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu Yayını.
- Altunöz U., (2015), Mikro Kredilerinin Kadın İstihdamı ve Kalkınmaya Etkileri: Türkiye Örneği, **Çalışma Dünyası Dergisi**.
- Arpacıoğlu, Ö., (2012), "**Dünyada ve Türkiye'de Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele**", Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Aşkın, E., Ö., Barış, S., (2015), Kadın İstihdamının Artırılmasında Mikro Kredi Uygulamasının Etkisi: Tokat İli Örneği, Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi İİBF Fakültesi, **Çalışma ve Toplum Dergisi**, S. 3.
- Ateş, G., Ögütoğulları, E. (2012), "Türkiye'de Yoksullukla Mücadelede Mikrokredi Uygulamaları", **Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C., 14, S., 2.
- Baktır, N., Erdem, E., (2011), **Türkiye'de Kadın Yoksulluğunun Çözümünde Mikro Kredi Uygulamaları: Ekonomik Etkilerin Ölçülmesi**, Sakarya İktisat Dergisi.
- Başkaya, F., (1991), **Az Gelişmişliğin Sürekliliği**, Ankara: İmge Kitabevi.
- Bayraktutan, Y., Akatay, M., (2012), Kentsel Yoksulluk ve Mikro Finansman: Kocaeli Örneği, Kocaeli: **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2012, 24: 1 - 34
- Begum, N., (2003), Targeting the Poor, **Mikro Kredi Vasıtasıyla Yoksulluğun azaltılması Uluslararası Konferansı**, İstanbul 9-10 Nisan 2003 (El Kitabı), Ankara: TİSVA.
- Bilge, O., (2009), "**Ekonomik Krizlerin Yoksulluk Üzerine Etkileri**", Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi, Ankara.

- Can, M., (2008), **Mikrofinans Yönteminin Yoksullukla Mücadelede Kullanımı ve Türkiye’de İşsizliği Önlemede Uygulanabilirliği**, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı.
- Coşkun, S., TİRELİ, M. (2008), “**Avrupa Birliğinde Yoksullukla Mücadele Stratejileri ve Türkiye**”, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çiftçi, N., Akkul, R., (2013), **Cinsiyetler Arası Gelir Eşitsizliğini Gidermede Bir Araç Olarak Mikro Kredi: Bilecik İli Uygulaması**, Malatya: İnönü Üniversitesi Akademik Yaklaşımlar Dergisi.
- Doğan, B., Kaya, M., (2013), Yoksullukla Mücadelede Mikro Kredi Sistemi: Diyarbakır Örneği, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 12, S. 45.
- Dolun, L, (2005), “**Mikro Finansman**”, Türkiye Kalkınma Bankası, Nisan.
- Devlet Planlama Teşkilatı, (2001), “Gelir Dağılımının İyileştirilmesi ve Yoksullukla Mücadele Özel İhtisas Komisyonu Raporu”, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**, Ankara.
- Druschel, K., (2006), **Overcoming Regulatory and Legal Constraints to saving Mobilization**, The Global Microcredit Summit 2006, November 12-15, 2006, Halifax.
- Dumanlı, R., (1996), **Yoksulluk ve Türkiye’deki Boyutları**, DPT Uzmanlık Tezleri, Ankara: DPT Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Yayını.
- Dündar, S. O., (2007), **Mikro Finansman**, Ankara: Türkiye Kalkınma
- Gündoğan, N., (2003), “Yoksullukla Mücadelede İstihdam Politikalarının Rolü ve Önemi”, **Yoksulluk**, C. I, İstanbul: Deniz Feneri Yayınları, 1. Baskı.
- Gündoğan, N., (2008), “**Türkiye’de Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele**”, Ankara: Ankara Sanayi Odası Dergisi, ASO Dosya, Ocak/Şubat 2008.
- Güneş, S., (2009), **Yoksullukla Mücadelede Mikro Kredi Uygulamaları ve Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Proje Destekleri**, SYDGM Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayınları, Mayıs.
- Gür, B., (2012), Sürdürülebilir Kalkınma, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Türkiye’de Mikro Finansman Uygulamaları, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C., 11, S. 21.
- Işıklı, A., (2002), **Dünya Bankası’nın Laik İmparatorluğunda Kumarhane Kapitalizmi**, İstanbul: Otopsi Yayınları.
- İncedal, S., (2013), **Türkiye’de Yoksulluğun Boyutları: Mücadele Politikaları ve Müdahale Araçları**, Ankara: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Uzmanlık Tezi.
- Karabulut, T., (2007), **Yoksullukla Mücadelede Mikrokredi Uygulaması**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, Şubat.

- Karataş, A. ve Helvacıoğlu A. D., (2006), “Basel II Sürecinde KOBİ’ler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mikro Krediler”, **3. KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi Kongre Kitabı**, Güneş Gençyılmaz (ed.), İstanbul: Kültür Üniversitesi Yayınları, 17-18 Kasım.
- Kaya, Z., (2011), “**Türkiye’de Yoksulluk Analizi: Bir Probit Model Uygulaması**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- Kocatepe, H., (2011), “**Yoksulluk ve Kent Yoksulluğu: Yalova İli Örneği**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yalova.
- Korkmaz, E., (2004), Baloğlu, B., Sümer, K. Kağan; Oktayer, N. ve Çok, M., **Microkredi Yoluyla Yoksulluğun Azaltılması: İstanbul Örneği**, İstanbul, İTO Yayın No: 2004-32.
- Korkmaz, E., (2004), **Mikrofinans Yoluyla Yoksulluğun Azaltılması; İstanbul Örneği**, İTO.
- Kovancı, O., (2003), **Kapitalizm, Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadelede Tarihsel Bir Deneyim: İngiliz Yoksulluk Yasaları**, Ankara: Mülkiyeliler Birliği Yayınları, Yayın No: 30.
- Köse, Ö., (2003), “Globalizasyon Sürecinde Devletin Yapısal Ve İşlevsel Dönüşümü”, **Sayıştay Dergisi**, Nisan-Haziran.
- Kösem, İ. B., (2004) “**Yoksulluk Çizgisinin Altındakilere Mikro kredi Uygulaması ve Türkiye’deki Gelişimi**”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Kuştepe, Y., Halaç U., (2004), “Türkiye’de Genel Gelir Dağılımının Analizi ve İyileştirilmesi”, **DEÜ SBE Dergisi**, C. VI, S. 4, İzmir.
- Nguyen, T., Hoang V., (2003), “Attaining Sustainability in Microcredit Programs”, **Mikro Kredi Yoluyla Yoksulluğun Azaltılması Uluslararası Konferansı** (el kitabı), İstanbul, 9-10 Nisan 2003, Ankara: TİSVA, 2003.
- Okumuş, H. Ş., (2010), **Dünyada ve Türkiye’de Mikro Finansman ve Yoksulluğun Azaltılması Teori ve Uygulamalar**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 2010.
- Ozan Dündar, S., (2007), **Mikro Finansman**, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü Yayını.
- Öniş, Z., Şenses, F., (2005), “Rethinking the Emerging Post-Washington Concensus”, **Development and Change**, 36(2).
- Ören, K., Negiz, N., Akman, E., (2012), **Kadınların Yoksullukla Mücadele Aracı Mikro Kredi: Deneyimler Üzerinden Bir İnceleme**, Erzurum: Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C.: 26, S.: 2.
- Öz, C., S., Çolakoğlu, C., (2014), “Türkiye’de Mikro Kredi Uygulamasının Sakarya İli Özelinde İncelemesi”, **Çalışma ve Toplum**, S. 4.
- Öztürk, Ş., (2008), “Kırsal Yoksulluk ve Neo-Liberal Ekonomi Politikaları”,

Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, C. I, S. 5, Kasım.

Pehlivan, V., (2010), **“Küreselleşme, Yoksulluk ve Türkiye”**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Pire, Ö., (2011), **“Türkiye’de Yoksullukla Mücadelede Uygulanan Sosyal Politika Programları: Isparta İli Örneği”**, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Rad, S., T., Altıkulaç, S., (2016), **Mikrokredi Kullanımının Kadınlar Üzerindeki Sosyo- Ekonomik Etkileri: Mersin İli**, Kesit Akademi Dergisi, S. 5.

Resmî Gazete, 25772, 31 Mart 2005.

Sakarya, Ş. (2005), “Yerel Kalkınmanın Finansal Dinamiği: Mikro Finans ve Türkiye’deki Gelişmeler”, **Yerel Ekonomiler Kongresi Bildiriler Kitabı**,01-02 Ekim, Karaman.

Serinikli, N., (2016), **Edirne Toplum Merkezlerinden Hizmet Alan Yoksul Kadınların Ekonomik Olarak Güçlenmesinde Kooperatiflerin Önemi: Bir Alan Araştırması**, Edirne: Trakya Üniversitesi Uzunköprü Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu.

17. Bölüm

Mikro Finans Kavramı, Tarihsel Gelişimi ve Özellikleri*

Ayhan CESUR¹

*Yazarın, *Mikrofinans Uygulamalarının Yoksulluğu Azaltmadak, Etkisi: Van İli Örneği* isimli doktora tezinden üretilmiştir.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi,
e-mail: ayhancesur@yyu.edu.tr, ORCID NO :0000 0002 2132 3031

Giriş

Günümüzde pek çok ülkede kullanılan ve önemli bir iktisadi- sosyal hizmet sistemleri içinde değerlendirilen mikro finans uygulamaları dâhilindeki krediler, ticari bankalar tarafından sunulan ve tahsis biçimi, kullandırılan bireyler açısından normal kredilerden farklı bir yapı sergilemektedir (Korkmaz, 2004:15). Nitekim mikro krediler yoksul bireyler tarafından kullanılan kredi tipleri olmakla beraber, bu bireylerin üretim yapabilmeleri, üretim faaliyetlerindeki katılımlarını artırabilmeleri veya kendilerine ait olan küçük çaptaki işletmelerini büyütebilmeleri amacıyla verilen düşük miktardaki kredilerdir. Mikro krediler ilk olarak 1980'li yıllarda indirimli faizli olarak kullanılan kredilerin amacına ulaşmadığı yönünde eleştirilerin artması nedeniyle piyasa tabanlı bir çözüm yolu olarak gündeme gelmiş ve bu tarihten itibaren kullanılmaya başlanmıştır (Karataş ve Helvacıoğlu, 2006:139). Mikro finans uygulamaları yoksullukla mücadele alanında bölgeler arasında ve cinsiyetler arasında mevcut bulunan gelir farklılıklarının en aza indirilmesi ve hatta ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır.

Mikro krediler gerek veriliş biçimi ve gerekse de kullanım amacı göz önüne alındığı zaman yoksullukla mücadelede etkin bir araç olarak göze çarpmaktadır. Nitekim mikro kredi uygulamalarında genel anlamda bir kefil bulunması veya ipotek işleminin uygulanması gibi bir yöntem başvurulmadığı gibi kredi ile ilgili sorunlu durumlarda bir icra takibi uygulanmadığı da bilinmektedir. Bu durum bir keyfiyetten ziyade zaten hâlihazırda mikro kredilerin belirtilen kriterleri yerine getiremeyecek durumda olan bireylerin ihtiyaç duyduğu krediler olmasından ileri gelmektedir. Diğer bir ifadeyle mikro kredi uygulaması daha çok yoksul olan insanlara hitap eden bir kredi uygulamasıdır. Bu bağlamda Dernekler Yönetmeliğinin 4. maddesi incelendiğinde bu maddede mikro kredi; gelir getirici bir faaliyette bulunmalarını sağlamak amacıyla sandık üyelerine ödünç verilen küçük bir sermaye olarak tanımlanmaktadır. Bu da kredi kavramının veriliş şekliyle bu ismi aldığını esasında ise bilinen anlamda bir kredilendirmeden söz edilemeyeceğini göstermektedir (Resmî Gazete, 25772). Diğer bir ifadeyle mikro kredi uygulamaları tamamen güven esasına dayanan bir yöntemdir. Bu yöntemde küçük bir sermaye olarak sunulan mikro kredi, ekonomik anlamda yetersiz seviyede olan bireylerin bu durumdan kurtulabilmeleri için kendilerine sunulan bir imkândır. Ancak mikro kredi uygulamalarında dezavantaj olarak değerlendirilebilecek olan hususlar da mevcuttur. Nitekim bu krediler verilmeden önce kişilere herhangi bir şekilde ticari atılım, iş geliştirme veya ekonomik kalkınma ile ilgili bir bilgi verilmemektedir. Bireye sunulan ekonomik imkân ve kendisini gerekli olan şartları sağlaması beklentisi bu kredinin sunumunun temelini oluşturmaktadır (Akgül, 2003:5).

1. Mikro Kredi Sisteminin Temel Özellikleri

Mikro kredi sistemine dair uluslararası anlamda belirlenmiş ortak kriterler veya özellikler olsa da daha önce de değindiğimiz gibi sistem içindeki uygulamalar bazı farklılıklar göstermektedir. Bu bağlamda sisteme ait özellikler sıralandığında uygulama açısından farklılıklar ve benzerlikler daha iyi anlaşılacaktır. Mikro kredi sistemine ait genel özelliklerin ilki; bu kredi sisteminin yoksullukla mücadelede önemli bir uygulama olduğunu ve sadece yoksul kesime hizmet sunan bir finansman aracı olduğudur (Güneş, 2009:54). Bu özellik sistemin temeli ve en bariz özelliğidir. Bu bağlamda bireylerin belirtilen kriterlere sahip olduklarına dair belgeleri sunarak ilgili sistemden istifade etmeleri gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle sistemden istifade etmek isteyen herkes kredilerden faydalanamayacaktır.

Sistemin bir diğer özelliği hedef kitle olarak toplum içinde var olan ve yoksulluk sınırının altında yaşayan bireylerin seçilmiş olmasıdır. Bu kitlenin de kendi içindeki bireylere dair bir pozitif ayrımcılığın var olduğunu görmek mümkündür. Bu pozitif ayrımcılıkta ilk sırada kadınlar yer almaktadır. Kadınların ekonomik faaliyetlere katılımını arttırmak, kendi ekonomik özgürlüklerini elde etmelerini sağlamak açısından mikro kredi uygulamalarından faydalanmaları öncelikli olarak ele alınmaktadır. Kadınlardan sonra özürülüler veya engelliler olarak tabir edilen bireyler gelmektedir. Bu bireyler kendi bakımları veya ihtiyaçlarının karşılanması açısından diğer bireylere bağımlı oldukları için bunların da ekonomik anlamda özgürlüklerini kazanmalarına yardımcı olmak adına krediden faydalanmalarına öncelik verilmiştir. Bir diğer sırayı ise işsiz gençler almaktadır. Bu noktada önemli olan husus aktif nüfus olarak gözüken gençlerin verimli oldukları dönemlerde, olması gerektiği gibi, ekonomik faaliyetlere katılımlarının sağlanmasıdır. Devam eden sıralamada tarım arazisi açısından uygun toprağa sahip olmayan köylüler, orman köylüleri, sokak çocukları da bu finans hizmetinden yararlanacak olan bireyler şeklinde bir sıralamanın takip edildiği görülmektedir (Kösemen, 2004:61).

Mikro kredi uygulamalarının bir diğer özelliği bu kredi uygulamalarından yararlanacak olan bireylerin klasik bankacılık sisteminin sunmuş olduğu kredi imkânlarından yararlanamayacak olan bireyler olmasıdır. Diğer bir ifadeyle mikro kredi uygulamalarında bankalardan normal şartlarda Kredi alamayan bireylerin kredi alabilmeleri amaçlanmaktadır (Kösemen, 2004:62).

Mikro kredi sistemi şartları çok ağır olmayan bir sistemdir. Diğer bir ifadeyle az olan kredi şartları sayesinde başvuru sahibi kolayca kredi alabilir. Bunun yanı sıra mikro kredi almak için başvuruda bulunan kişilerin herhangi bir teminat gösterilmesi veya kefil aracılığıyla başvuru yapmasına gerek bulunmamaktadır (Kösemen, 2004:62).

Mikro kredi almak için başvuran bireylerin hâlihazırda bir ekonomik girişim planının olması gerekmektedir. Bu kişilerde aranan husus fikirlerini uygulamaya koymaya yetecek paralarının olmamasıdır. Nitekim mikro kredi, bir girişim planı olan ancak sermayesi olmayan bireylere verilerek bu bireylerin girişimci olmaları için çaba sarf edilen bir sistemdir.

Mikro kredi uygulamaları amacının götürmedi ve özellikle kadınlara kendi iktisadi hamlelerini yapabilmeleri için sunulan bir kredidir. Bu krediler genellikle çok küçük miktarlarda verilir.

Mikro krediler benzer ekonomik ve kültürel yapıya sahip olan bireylerden meydana gelen ve en az beş üyeden oluşan gruplara verilen kredilerdir. Ancak bu gruplarda, grubu oluşturan kişilerin aynı ailenin bireyleri veya akraba olmamaları gerekmektedir.

Mikro kredilerde geri ödeme uygulamaları maddi birtakım yaptırımların uygulanması yerine ortak sorumluluk ilkesi temeline göre garanti altına alınmaktadır (TİSVA, 2004:19).

Grup dayanışması veya ortak sorumluluk ilkelerine göre yapılan geri ödeme uygulamaları oldukça küçük miktarlarda yapılmaktadır. Ancak bu ödemeler kısa dönemler halinde düzenlenmekte ve bir yıllık bir süreye yayılmaktadır. Mikro kredi uygulamalarında geri ödeme durumu genellikle kredinin verilmesinden bir hafta sonra başlatılmakta ve kredi miktarına göre zamana yayılan taksitler eşit şekilde hazırlanmaktadır.

Herhangi bir şekilde bir bireyin bir kere mikro kredi kullanılabilmesi ve bundan başka bir kullanım hakkının olmaması gibi bir durum söz konusu değildir. Bireyler birden fazla olarak mikro kredi kullanabilme hakkına sahiptir. Ancak ikinci bir kere mikro kredi uygulamasına başvurmak isteyen bir bireyin öncelikli olarak daha önce almış olduğu kredinin taksitlerini sorunsuz bir şekilde geri ödemiş olması şartı aranmaktadır. Şayet bu şart yerine getirilmişse bu durum birey için bir avantaj sağlamaktadır. Şöyle ki; ilk kredisini almış ve sorunsuz şekilde geri ödemiş olan bir kişi ikinci krediye başvurduğunda sistem içinde sermaye birikimi merdiveni olarak adlandırılan yapıya dâhil olmakta ve bu şekilde daha önce almış olduğu mikro krediye göre daha yüksek miktarda bir kredi alma hakkına sahip olmaktadır.

Mikro kredi uygulamalarında verilen kredi karşılığında geri ödeme dönemi için hesaplanan vade farkı normal piyasa şartlarında oluşan vade farkı oranlarının üzerindedir. Ancak mikro kredi sisteminde bu vade farkı konusunda bir adlandırma farklılığına gidilmektedir. Uygulamada “faiz” yerine “hizmet bedeli” ve benzeri isimler kullanılmaktadır.

Hâlihazırda Türkiye’deki yerleşmeler ve bu yerleşmelerin ekonomik durumları göz önüne alındığı zaman kırsal kesim olarak adlandırılan yerleşim

yerlerinde mikro kredi uygulamalarına daha fazla ihtiyaç duyulduğu gibi bir gerçek ortaya çıkmaktadır. Kırsal yerleşim yerlerinde özellikle kadınların ekonomik faaliyetlerde geri planda olması ve mikro kredi uygulamalarında ise öncelikli pozisyonunda bulunmaları, buralarda yaşayan kadınlara kredi sağlamanın daha gerekli olduğunu göstermektedir. Ancak kredi uygulamasında geri ödeme tarımsal üretim yapma amacıyla bu krediye başvuranları maalesef kapsam dışında bırakmaktadır. Tarımsal ürünlerde yılda en fazla iki kere ürün alınması, mikro kredi ödeme planında bulunan ilk haftadan itibaren haftalık şekilde yapılacak olan ödemelerin aksamasına neden olduğu için tarımsal faaliyetle uğraşanların mikro kredi kullanması mümkün değildir. Bu nedenle mikro kredi uygulamalarından faydalanabilecek olan bireyler daha çok kısa sürede gelir getirici işler yapacak olan bireylerdir.

Mikro kredilerin verildiği bireylerin ekonomik faaliyetleri incelendiği zaman genellikle el işi gibi alanlara yönelindikleri görülmektedir. Bu durum esasında ana hedef kitlesini kadınların oluşturduğu bir finans modeli için uygundur. Nitekim ev kadını olarak yaşamını sürdüren kadınların genel el becerisi bu alanda yoğunlaştığı için aldıkları krediyi de bu alandaki bir ekonomik faaliyet alanına yönlendirmektedirler.

2.Türkiye’de Yoksullukla Mücadele Eden Kurumsal Yapılanmalar ve Grameen Mikro Finans Uygulamaları Bakımından Türkiye

Türkiye Cumhuriyeti büyük dar boğazlardan geçtiği 1920’li yıllardan 1950’li yılların sonuna kadar ekonomik anlamda kendine yetebilecek bir yapıyı oluşturma gayreti içine girmiştir. Ekonomik manadaki sıkıntıların atlatılmaya başlaması ve ülke içindeki gelişmelerin hızlandırılması yönündeki faaliyetlerle 1970’li yıllara kadar gelinmiş, bu yıllarda kalkınma alanında devletçi olarak tanımlanabilecek politikalar benimsenmiştir. Bu politikaların uygulanması ile düzeltilmeye çalışılan ekonomik sorunların yanında ülke içinde var olan yoksulluk da bir sorun olduğu kabul edilmiş ancak ekonomik anlamdaki kalkınma programlarının yoksullukla mücadelede etkili olmayacağı yönünde görüş geliştirilmiştir. Bu da beraberinde yoksulluk konusuyla ilgili kısmi bir mücadele bile yapılmaması sorununu doğurmuş ve yoksulluğun ülke çapındaki varlığı uzun yıllar boyunca herhangi bir müdahale geliştirilmeden sürmüştür.

Yoksulluk konusunda Türkiye Cumhuriyeti bünyesinde uygulanan ilk ciddi gelişmelerin 1976 yılında başladığı görülmektedir. Bu tarihte yayınlanan 2022 sayılı kanunla, 65 yaşını doldurmuş muhtaç güçsüz ve kimsesiz olan vatandaşlara belirli miktarlarda aylık bağlanması ve bu şekilde bu kişilerin ihtiyaçlarını görebilmeleri konusunda bir düzenleme yapılmıştır. 1976 yılındaki bu ciddi girişimin ardından 1982 yılında yoksulluğun çocuklar üzerindeki etkisini

azaltmak ve anayasaya uygun bir şekilde eğitimde fırsat eşitliğini oluşturabilmek için Milli Eğitim Bakanlığı tarafından muhtaç durumda olan öğrenciler için burs sağlanması ve ücretsiz olarak yatılı eğitim verme uygulaması başlatılmıştır. Yapılan uygulamalarla yoksulluğa müdahale edilmiş ve olumlu dönümler alınmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda 1983 yılına gelindiğinde ise Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu bünyesinde görevlendirmeye gidilmiştir. Bu görevlendirmeye kurum, muhtaç olan kişilere mal ve para olarak yardım yapma uygulamalarına başlamıştır. Takip eden 1984 yılına gelindiğinde ise yoksullukla mücadelenin alanı genişletilerek Vakıflar Genel Müdürlüğü de bu çerçeveye dâhil edilmiştir. Hâlihazırda vakıfların kuruluş amacı olan sosyal yardım fonksiyonunu yerine getirme ile hem sosyal bir yardımlaşma ortamı oluşturulmuş hem de ihtiyacı olan kişilere yardım yapılması sağlanmıştır (Hacımahmutoğlu, 2009:69). 1986 yılına gelindiğinde ise ülke bazında yoksullukla alakalı en kapsamlı uygulamanın devreye sokulduğunu söylemek mümkündür. Adı geçen tarihte 3294 sayılı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu ile Türkiye'de yoksullukla mücadele alanında doğrudan bir müdahale başlamış ve yoksul olan bireylerin sağlık hizmetlerinden de ücretsiz yararlanabilmesi için “Yeşil Kart” adı verilen sağlık karneleri uygulamaya konulmuştur (Yılmaz, 2006:93).

Türkiye'de yoksullukla ilgili yapılan çalışmaların geç kalmış olduğunu söylemek ile mümkündür. Nitekim anayasamızda bile Türkiye Cumhuriyeti'nin bir sosyal devlet olduğu ifadesi yer almaktadır. Bu da yoksullukla mücadele konusunda sosyal devlet anlayışının gereği olan, halkın ihtiyaçlarının giderilmesinde devletin rolünün göz ardı edilmesi anlamına gelmektedir. 1982 Anayasası'nda açık şekilde vurgulanan sosyal devlet anlayışı ilk olarak 1961 yılında anayasaya girmiştir (Coşkun, Tireli, 2008:125). Türkiye'de yoksullukla mücadele konusunda yürütülen çalışmaların 1976 yılına kadar bekletilmesi, bu konuda anayasada yer alan bazı maddelerin uygulanabilmesi için şartların olgunlaşmasını beklediğini de göstermektedir. Nitekim oldukça bozuk bir ekonomik durumun varlığı inkâr edilemez bir gerçektir. Bu nedenle ülkesel anlamda zor dönemlerden geçilmesi yoksullukla mücadelede aksamalara neden olmuştur. Günümüze yaklaşıldığında Türkiye açısından yoksullukla mücadele alanında yapılan harcamaların 20 milyar dolar civarına yaklaştığını söylemek mümkündür. Bu da azımsanamayacak bir miktar olması bakımından önemlidir.

2.1. Grameen Bank

Mikro finans uygulamaları Dünya üzerinde pek çok ülkede mikro finans kuruluşları tarafından takip edilen uygulamalar olmuştur ve bu uygulamaları takip eden kuruluşlar yine Dünya genelinde ortak paydada yoksul insanlara,

özellikle de kadınlara odaklanan bir politika izlemiştir. Yine bu kuruluşlar bir gereklilik olarak finansal anlamda sürekliliği de sağlamışlardır (Latifee, 2006:8).

Grameen Bank uygulamasının ana fikri 1976 yılında ortaya atılmıştır. Bir üniversite profesörü olan Profesör Muhammed Yunus tarafından ortaya atılan bu fikrin ilk uygulamaları Bangladeş'te gerçekleştirilmiştir. Fikrin ortaya çıkış teması da mikro finans uygulamalarının ana temasını oluşturan, ekonomik anlamda gücü olmayan ve yoksul olarak tabir edilen bireylere krediler sağlayarak onların ekonomik olarak bir takım faaliyetler gerçekleştirilmesini sağlamaktır. Diğer bir hedef ise informal kuruluşlar içinde saydığımız, halk içinde insanlara borç veren ve tefeci olarak tabir edilen kesimden yoksul olan kesimi kurtarmaktır (Khwari, 2004:10). Uygulamaların başlangıcı oldukça cüzi miktarlara dayanmaktadır. Nitekim uygulama ilk olarak 42 kişiye kredi vermiş ve verilen krediler 27 doları geçmemiştir. 1976- 1983 yılları arasında devam eden bu uygulamaları 1983'te özel olarak bu işlemleri yapan bir bankanın kurulması takip etmiştir (Latifee, 2006:6). 1983 yılında kurulan ilk bankanın ardından devam eden yapılanma 1985- 1990 yılları arasında kurumsal yapının tamamlanması sonucuna ulaşmıştır. Böylece Grameen Bank modeli başlı başına bağımsız bir banka olmuştur. Bu da bu modelin kendi üst düzey yöneticilerinin seçebilme ve idari otoriteden bağımsız şekilde hareket edebilme imkânına ulaşmasını sağlamıştır.

1990 yılı itibariyle kurumsallaşmasını tamamlayan Grameen Bank, bu tarihten itibaren gelir getirici faaliyetlerine yenilerini de ekleyerek faaliyet yelpazesini genişletmiştir. Yeni eklenen faaliyetlerle banka kredileri müşterilerin eğitim, emeklilik, sağlık gibi hizmet ihtiyaçlarını sağlamaya yönelik olarak da verilmeye başlanmıştır. Bunların yanı sıra toplumun genel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ve kendi finansmanını sağlayan yeni girişimler oluşturulmasına yönelik adımlar da atılmıştır (Yunus, 2003:292).

Kurulduğu 1983 yılından itibaren Grameen Bank'ın performansı incelendiği zaman oldukça yüksek bir performans sağladığı görülmektedir. Kuruluşunun henüz yirminci yılında gelirinin 60 milyon doların üstünde olduğu tahmin edilmektedir ve bu gelirlerin %77'sini verdiği kredilerden elde ettiği faizlerle sağlamıştır. Kurumun 2003 yılı itibariyle toplam gideri 50 milyon dolara yakın olup yine aynı yıl içinde net kârı 11.7 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (Khwari, 2004:11).

Son dönemde Grameen Bank uygulamaları yap işlet devret modeline göre işlemektedir. Model kapsamında Grameen Bank personeli şube olarak nitelendirilecek olan yapılanmanın oluşturulacağı ülkeye bizzat gitmekte, programı kurmakta, yerel personeli işe almakta ve bu personelin eğitimleri ile ilgilenmektedir. Bu sayede program aksaklıklara uğramadan daha hızlı bir

başlangıç aşamasından geçmekte ve böylece büyüme ve gelişiminde herhangi bir sorunla karşılaşma ihtimali en aza indirgenmektedir. Ayrıca eğitim alan personelin işini gereğince yerine getirmesi sayesinde ortaya çıkabilecek risk faktörü en aza indirilmekte, yaşanan zorluklar ise daha kolay bir şekilde aşılmaktadır. Tüm bu profesyonelce davranışlar sayesinde sisteminin oluşturulması ve yerleşik bir şekilde ilerlemesi arasında geçecek olan zaman en aza indirilmektedir. Nitekim bu uygulamalardan Türkiye'de benzer şekilde faydalanmaktadır (Morshed, 2006:1).

Grameen Bank modeli ile yapılan uygulamalar o denli fayda sağlamıştır ki 2005 yılına gelindiğinde zaman Birleşmiş Milletler tarafından bu yıl Dünya Mikro Finans Yılı olarak ilan edilmiştir. Devam eden süreçte 2006 yılına gelindiğinde Grameen Bank modelini ortaya koyan ve ilk uygulamacısı olan Muhammed Yunus, Nobel Barış Ödülü'ne layık görülmüştür. Bu ödülün verilmesinde, yoksulluğun ortadan kaldırılmasına yönelik gösterdiği çaba ve bunun Dünya barışına yaptığı katkı gerekçe gösterilmiştir.

2.2. Yakından İzleme Uygulaması (Peer Monitoring)

Bu yöntem en genel tanımıyla ortak bir sorumluluğun mevcut olduğu mikro finans uygulamalarında, almış olduğu borcu amacının dışında, kötü maksatla, kullanan üyelere karşı diğer grup üyelerinin bunu önleyici tedbirler alınmasını sağlayan bir yöntemdir. Özellikle toplumsal anlamda bağlılığın üst seviyede olduğu toplumlarda, toplum tarafından dışlanma durumunun oluşmasına dair yaşanan korku, aldığı krediyi kötüye kullanan veya kötüye kullanmak amacıyla kredi çeken üyelerin sosyal anlamda yaptırımlara uğramasını sağlamaktadır. Bu da bireylerin belirtilen durumları gerçekleştirmesini geciktirmekte veya çoğu zaman engellemektedir (Khwari, 2004:21).

Yakından izleme işlevi sayesinde borcunu ödeyemeyecek olan kişiler hemen tespit edilmekte ve ödememe amacıyla ortadan kaybolma ya da yapılan işin daha kötüye giderek ödemenin engellenmesi durumu ortaya çıkmadan bir tedbir alınma imkânı doğmaktadır (Yunus, 2006:136).

Esasında mikro finans uygulamalarında üyeler dâhil oldukları gruptaki üyeleri kendileri seçmektedir. Bu durum bireylerin birbirlerini tanması ve bu sayede ortaya çıkabilecek olan aksaklıkları aza indiren bir durumdur. Ancak yine de bu üyelerin birbirlerini sürekli olarak gözlemesi, aksaklıkların en az seviyede yaşanması veya yaşanmadan tedbir alınması sonucunu doğurmaktadır. Bunların yanı sıra, üyelerin birbirini tanması ve gözlem yapması durumu mikro finans uygulamalarında programlara daha uygun olan bireylerin girmesini sağlayarak teminat gereksinimini ortadan kaldırmaktadır. Ancak denetim mekanizması sadece sisteme dâhil olan üyeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Nitekim

Grameen Bank müdürleri ve sahada çalışarak elemanları yakından takip edip onlara gerekli dönütleri vererek sistemin başarısını arttırmaktadırlar (Morshed, 2006:6).

2.3.Üyelerin Seçiminde Dikkat Uygulaması (Peer Selection)

Bilindiği gibi mikro finans uygulamalarının hedef kitlesi gelir düzeyi düşük olan bireylerdir ve bu bireylere mikro finans uygulamaları sayesinde borç verilirken herhangi bir teminat aranmamaktadır. Ancak bireylerin hiçbir şekilde haklarında bir bilgi edinmeden kendilerine bu uygulamalardan yararlanma imkânı verildiğini söylemek doğru değildir. Nitekim bu uygulamalardan faydalanmak isteyen kişiler hakkında gerek yerel anlamdaki bilgi ağlarından ve gerekse doğrudan mikro finans uygulamalarından faydalanan üyelere danışılarak bilgiler alınmakta ve alınan bilgiler doğrultusunda özellikleri birbirine benzeyen bireylerden meydana gelen homojen gruplar oluşturulmaktadır. Homojen gruplar oluşturulurken güdülen temel amaç, grup mantığıyla verilen kredilerin geri ödemelerinin daha yüksek olmasıdır ve geri ödemelerdeki bu yükseklik kredilerde uygulanan faizin daha düşük tutulmasını sağlamaktadır. Üyelerin seçimi konusunda homojen gruplar oluşturulması gruba üye olan diğer bireylerin de riskli olarak değerlendirdikleri müşterileri kendi gruplarını dâhil etmeyerek grupların daha sağlıklı oluşmasını sağlamaktadır (Morshed, 2006:13). Grup esasıyla yapılandırılan mikro finans sistemlerinde oluşturulan gruplar beş kişi ile sınırlı tutulmaktadır ve her beş kişiden oluşan altı grup bir merkez olarak adlandırılmaktadır. Merkezlerin birleşimi ise şubeleri meydana getirmekte ve kırkmerkezin bulunduğu yerler şube olarak adlandırılmaktadır. Şubelerin üzerinde alan ofisleri, alan ofislerinin üzerinde ise bölge ofisleri bulunmakta ve tüm bu yapılanmalar en üstte bulunan merkez ofisi altında yer almaktadır.

Grup üyelerinin birbirlerini seçtiği yapılanmada, grubun oluşturulması da bu mantığa dayalıdır. Nitekim grubun ilk üyesi Grameen Bank görevlisi tarafından seçilir. Bu seçimin ardından, kişinin kendi yapısına uygun dört kişiyi seçmesi istenmekte ve bu şekilde grup oluşturulmaktadır. Oluşturulan gruplarda grubu meydana getiren üyeler arasında kan bağı olmaması, aynı yerleşim yerinden olmamaları ve herhangi bir başka kredi kuruluşuna borcu olmaması gibi şartlar aranmaktadır. Bu şartlar sağlandıktan sonra oluşturulan gruplarda ilk yapılan uygulama grup disiplini oluşturmaya yönelik çalışmalardır. Grubu oluşturan üyeler 7 gün boyunca kredi almak için gereken şartlar, kredi borcunu kullanan bireyin hakları ve yükümlülükleri ve alınan kredinin hangi esaslar doğrultusunda geri ödemesinin yapılacağına yönelik bilgiler almaktadırlar. Her grup kendi üyeleri arasında Bir başkan ve bir sekreter seçerek grup faaliyetlerinin yürütülmesini düzene koyar. Grupların meydana getirdiği merkezlerde Merkez

Şefi olarak bir lider tanımlarlar. Merkez şefi olarak belirlenen bireyin görevi merkezi oluşturan grupların haftalık olarak toplanmasını sağlamak, gruplardan tahsilatları yapmak ve gelen yeni kredi tekliflerini şubelere bildirmektir.

Üye seçiminde izlenen hassasiyet üyelere kredi dağıtımında da dikkat edilen bir husustur. Üyelere bir anda kredi dağıtılmamaktadır. Kredi ödemeleri ihtiyaç sırasına bırakılarak öncelik en fazla ihtiyacı olan iki üyeye verilmekte ve devam eden süreçte bu kişilerin ödeme düzenine göre diğer üyelere de ödeme yapılmaktadır. Örneğin; bir grup içinde en fazla ihtiyacı olan iki üyeye kredi verildikten sonra bu kişilerin ödemelerini altı hafta süresince düzenli bir biçimde yapmalarının ardından diğer iki üyeye de kredi verilmekte bu üyelerin de ödeme düzenini oturtmalarının ardından grup başkanına kredi ödemesi yapılmaktadır. Grupta herhangi bir üye ödemeyi aksatır ise grupta kredi almayan diğer üyelere kredi verilmemektedir (Yunus, 2006:128). Bu yöntem sakıncalı veya grubu zedeleyici gibi görünse de grup içindeki dayanışma, koordinasyon ve gözlemi üst düzeye çıkararak grup içi bir denetim mekanizması oluşturması bakımından sağlıklıdır. Bir diğer unsur ise herhangi bir aksaklığın meydana gelmesi durumunda grup üyelerinin sorun yaşayan üyeye destek olarak onu, borcunu ödeyebilecek hale getirmeleri ve bu şekilde de kendi kredi alma durumlarını riske atmamalarıdır. Nitekim herhangi bir üyenin kredi ödemesi durumunda sorunun yaşandığı grup merkeze karşı sorumlu tutulmaktadır (Korkmaz vd., 2004:58- 59). Bu nedenle resmî bir şekilde adres gösteremeyen bireyler ödeme sıkıntılarının yaşanması ihtimali nedeniyle bu hizmetlerden faydalanamamaktadır (Ocompo vd., 2006: 29).

3. Gereklilik Açısından Mikro Finans Kuruluşları

Mikro finans uygulamalarının her aşamasında var olan ve uygulamalar açısından vaz geçilmez olarak tabir edilen mikro finans kuruluşları faaliyetlerini belirli bir sistematik çerçevesinde yürütmektedir (Christen vd., 2003:6). Yürütülen bu faaliyetler o kadar önemlidir ki günümüzde iktisadi anlamda kalkınma hedeflerinden biri mikro finans kuruluşlarının kalkınmalarına destek verme ve piyasalarda yer edinmemiş, kredi vb. imkânlardan mahrum olan insanları ekonomik faaliyetlere dâhil etme olarak belirlenmiştir (Costillo, 1999:605). Bu durum ekonomik piyasalara yeni bireylerin dâhil olması ve piyasada hareketlenmenin sağlanması açısından mikro finans kuruluşlarının ne denli önem arz ettiğinin göstergesidir.

Kuruluşlar açısından önem bildirgesi niteliğinde olan bir diğer söylem ise Grameen Bank kurucusu olan Muhammed Yunus'un açıklamasıdır. Yunus, bu konuda öncelikli olarak klasik bankacılık faaliyetlerindeki müşteri anlayışıyla taban tabana zıt bir anlayış ile hareket ettiklerini ve bu sayede zenginlere değil

yoksullara kredi verdiklerini, erkeklere değil kadınlara öncelik verdiklerini, teminat konusunda bankalar kadar katı uygulamalarının olmadığı vb. hususlara değinmiştir (Harris, 2005:7). Yapılan bu açıklamalar genel mahiyette mikro finans kuruluşlarının ne denli farklı bir yapıda olduğunu göstermekle beraber piyasaya can katması açısından da önemli yapılanmalar olduklarının göstergesidir.

Mikro finans kuruluşları tarafından gerçekleştirilen bu farklı faaliyetler bir tesadüf sonucu ortaya çıkan ve bu şekilde gelişip yaygınlaşan uygulamalar değildir. Toplum içinde finansal anlamda yok sayılan bir kesimin kalkındırılıp ekonomiye dâhil edilmesi konusu bir ihtiyaçtan hâsıl olan ve risk barındıran bir uygulamadır ki bu risk alınmış ve oldukça başarılı bir şekilde uygulamaya dönüştürülmüştür. Nitekim farklı kültürlerle ait bireylerin finans kuruluşları hakkındaki düşünceleri incelendiği zaman genel beklentinin mikro finans kuruluşlarında sergilenen uygulamalarla birebir bağlantı gösterdiği görülmektedir (White ve Ledgerwood, 2006:5). Bu noktada mikro finans kuruluşlarının daha güçlü bir yapıya doğru ilerleyiş göstermeleri sürecini hızlandırmaları sunulan hizmetlerdeki süreklilik ve kapasitenin artmasını sağlaması açısından önemlidir. Bu durum ise; performansı artırıcı gelişmelere öncelik verilmesi, yapılan uygulamalarda şeffaflığın ön plana çıkarılması, piyasalarda mevcut olan diğer kurumlara karşı rekabet yönünün güçlendirilmesi ve ürün portföyünü genişleterek çok daha farklı beklentilere cevap verilmesi ile mümkün olacaktır (Bossoutrof, 2005:60).

Finans kuruluşları açısından, kuruluşlar bağlamında oluşturulan bir takım hedefler ve bu hedeflere ulaşabilme amacıyla izlenen yöntemler vardır. Bu yöntemler arasında en önemlilerinden biri makroekonomik dengenin sağlanmasıdır. Nitekim makroekonomik dengenin sağlanmaması durumunun pek çok sebebi vardır ki bunlar biri bütçe açığıdır. Bütçe açığının olduğu bir finansal yapılanmada direkt olarak kullanılabilir olan krediler etkilenmekte ve kredi anlamında bir miktar azalmasına gidilmektedir (Ocompo vd., 2006: 19). Finansal anlamda açıkların kapatılarak istikrarın yakalanmasında ise en büyük vazife ise hükümetlere düşmektedir. Nitekim istikrarsızlık karşısında enflasyon oranlarının artması sermaye varlıklarını olumsuz etkilemektedir. Bunun yanı sıra döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar dış kaynaklı mikro finans kuruluşlarının sorunlar yaşamasına neden olacaktır. Bu durumun tam tersi düşünüldüğünde, yani istikrarlı finansal yapıların var olduğu bir ülkede enflasyon oranları düşük olacak ve bu da sermaye üzerinde olumlu etki sağlayacaktır. Ayrıca çoğunlukla dış kaynaklı finans kuruluşlarının ekonomideki istikrar sayesinde döviz kurlarından etkilenme seviyeleri de azalma gösterecektir (Helms, 2006:81- 82).

Hükümetler özelinde finans kuruluşları üzerinde etkili olan tek faktörün

piyasa istikrarı olduğunu söylemek eksik bir tanımlama olacaktır. Nitekim ulusal ekonominin belirleyicisi olan hükümetler birtakım yapılanmalarla finans kuruluşlarının faaliyetlerinin artmasını sağlayabilme gücüne sahiptirler. Bu duruma, faizler konusunda liberal yaklaşımın belirlenmesi örnek olarak gösterilebilir. Hükümetlerin liberal faiz oranlarına olanak sağlaması mikro finans kuruluşlarının rekabet gücünü artıracak bir uygulamadır. Bu husus Grameen Bank modelinin fikir babası olan Yunus tarafından da dile getirilmiş ve mikro finans kuruluşları için belirlenecek olan faiz oranlarının normal ya ticari bankalarla eşit olması ya da bunların 5- 10 puan daha üstünde olması gerektiğine değinmiştir. Bunun yanı sıra mikro finans kuruluşlarına tasarruflarını kullanabilme ve kurumsallaşma imkânlarının sağlanması da yapının güçlenmesi üzerinde olumlu etkiler doğuracaktır (Latifee, 2006:30).

Mikro finans kuruluşlarını geliştirme aşamasında yapılabilecek faaliyetlerden bir diğeri de müşteri taleplerini birincil olarak ele alıp bu talepler doğrultusunda hareket etmektir. Nitekim mikro finans kuruluşlarının müşterileri de tıpkı diğer finans kuruluşlarının müşterileri gibi birtakım talepler yöneltmekte ve bu doğrultuda hareket edilmesini beklemektedirler.

Mikro finans kuruluşlarının müşterileri genel anlamda işlemler açısından yüksek bir maliyetle karşılaşmak istememektedirler. Bu maliyete zaman konusunu da dâhil etmek mümkündür. Bu nedenle ortaya çıkabilecek mesafe, personel yetersizliği ve benzeri durumlardan kaynaklı bir maliyet artışının mikro finans kuruluşları tarafından önlenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda ilk yapılacak faaliyetlerden biri coğrafi olarak uygun olduğu belirlenen yerlere şubeler açılmasıdır. Şubeler açmanın yanı sıra açılan şubelerin çalışma saatleri yerel manada düzenlenmeli, ayrıca kuruluşun müşterisi olacak olan bireylere birden fazla tasarruf seçeneği sunulmalıdır. Bunun yanı sıra daha önce de değindiğimiz gibi şubelerde çalışacak olan personellerin aldıkları eğitim konusunda eksikleri olmamalı ve müşterilerle gerçek manada ilgilenmeyi istemeleri gerekmektedir (White ve Ledgerwood, 2006:5).

Bu anlamda öne sürülen tavsiyelerin bir tahminden ileri gelmediğini belirtmek gerekmektedir. Kuruluşundan itibaren sürekli olarak araştırma ve geliştirme ile ilerleyen mikro finans kuruluşları arasında başarısızlığa uğrayan birkaç şubenin başarısızlık nedenleri araştırıldığında, sosyal ilişkiler anlamında yetersizliğin, başarısızlığın ana kaynağı olduğu anlaşılmıştır (Bislev, 2001:6). Bu da finans kuruluşunun müşterisi olan bireyler veya kuruluşta çalışan personeller ve benzeri sürece dâhil olan bireyler veya yapılar arasındaki uyumsuzluğun programın genel yapısına yansındığını göstermektedir. Mikro finans kuruluşları çalışma anlamında deneyimli personel arama çabasını yine kendi içinde değerlendirmek zorundadır Nitekim Mantık olarak diğer Finans kuruluşlarından ayrı bir yapı ve görüşe sahip

olan kuruluşlar altılı finans kuruluşlarındaki personellerin uyum sağlayamayan programı sektöre uğratabileceği bir yapıdadır (White ve Ledgerwood, 2006:274).

4. Mikro Finans Kuruluşların Finansörleri

Mikro finans kuruluşları vb. finans kuruluşları finansal anlamda belirli bir sürekliliği yakalamayı temel amaçları arasında değerlendirmektedirler. Bunun yanı sıra kurulan mikro finans programlarının neredeyse tamamı başlangıç maliyetlerini karşılamak adına sübvansiyonlara da bağımlıdırlar (Morduch, 1999:259). Bu bağlamda mikro finans kuruluşlarının başarılı olmasını engelleyen en büyük sorunlardan biri finansal anlamda yetersizliktir denilebilir. Bu yetersizlik gerek finans kuruluşunun oluşum aşamasında gerekse faaliyet yelpazesinin genişlemesi aşamasında sürekli anlamda bir finans kaynağının bulunmamasından kaynaklanmaktadır. Bu noktada mikro finans kuruluşları için birtakım finansal kaynaklar oluşturulması veya temin edilmesi gerekmektedir. Grameen Bank ve diğer mikro finans kuruluşları tarafından bu eksikliğin giderilmesi adına bir takım finansal kaynaklar belirlenmiş ve hâlihazırda kullanılmaktadır. Bu yapılar tarafından kullanılan finansal kaynakları;

Mikro finans programlarının işleyişleri ülkeler arasında bazı farklılıklar göstermektedir. Bu bağlamda bazı ülkeler mikro finans programları için bu programlara üye olmayan bireylerden mevduat kabul edilmesini yasaklamıştır. Bu kabulün yasak olduğu ülkelerde, mikro finans alanında faaliyet gösteren kuruluşlar mikro finans sektörünü ülkenin finans sistemine entegre ederek mevcut programları için gerekli olan fonları ticari bankalardan temin etmektedirler. Ticari kuruluşların ise mikro finans kuruluşlarını desteklemelerinin birtakım gerekçeleri vardır. Bu gerekçelerden en geçerlisi ise mikro finans kuruluşlarının, gelecekte ticari bankaların büyük bir pazar açılımı yapmasına kolaylık sağlayabilecek nitelikte olan yapılar olmasıdır. Ancak mikro finans kuruluşlarının ticari bankalardan istedikleri miktarda fon veya destek alabilmeleri için bir takım özellikleri taşıması gerekmektedir. Finans Aracı Olarak Tasarruflar

Bu konuda öncelikli olarak belirtilmesi gereken husus; Grameen Bank'ın kurucusu Muhammed Yunus'un da önem verdiği, mikro finans kuruluşlarına hem müşteri sıfatında bulunan kredi kullanıcılarından hem de bu finans kuruluşlarından herhangi bir kredi kullanmayan bireylerden mevduat toplama izni verilmesinin gerekliliğidir (Yunus, 2003:10). Nitekim bireylerin tasarrufları olarak tanımlanabilecek olan bu mevduatlar, mikro finans kuruluşları için öncelikli mahiyette iki önem durumu arz etmektedir. Bunlardan ilki; mevduat toplama faaliyeti ile elde edilen gelirin finans kuruluşu için maliyetli olmayan bir kaynak olduğu ve bunun yanı sıra tasarruf kullanan veya mevduat aktaran

bireylerin finans sistemine dâhil edilmesini teşvik edici bir uygulama olduğudur. Bunun yanı sıra mikro finans kuruluşları tarafından sunulan ve yine bu sayede kuruluşların gelir elde etmesini sağlayan hizmetlerden bireylerin yararlanmasını sağlayarak finans kuruluşları için çoklu bir getiri sağlayacaktır (Druschel, 2006:3).

Tasarruflar konusunda Grameen Bank'ın kendi müşterilerine yönelik olarak haftalık ve bireysel şekilde belirli bir tasarruf miktarı vardır. Bu tasarrufların toplanması amacıyla bir grup fonu oluşturulmuş ve oluşturulan bu fon sayesinde kredi ödemeleri konusunda yaşanabilecek bir aksaklık durumuna karşı garanti oluşturma yoluna gidilmiştir. Bununla birlikte oluşturulan fon yeni tüketim ve yatırım amaçlı krediler için kullanılabilmeyle beraber bu kredilerin kullanım şartları ve vadesi fona para aktaran üyeler tarafından belirlenmek suretiyle üyelerin de kendi içlerinde karar verme mekanizmasını işletmelerine olanak sağlamaktadır (Khwari, 2004:11).

5. Türkiye’de Mikro Finans Alanındaki Çalışmalar

Dünya genelinde Grameen Bank uygulaması ile başlayan mikro finans çalışmaları veya mikro kredi uygulamalarına benzer uygulamalar Türkiye’de daha eski bir geçmişe dayanmaktadır. Türkiye’de mikro finans uygulamasına benzeyen uygulamaların Osmanlı Devleti döneminde gerçekleştirildiği görülmektedir. Ancak gerek dönem itibariyle gerekse uygulama açısından günümüzdeki ile birebir bir aynısından söz etmek mümkün değildir.

Osmanlı Devleti zamanında mikro finans uygulamalarının en bariz yansımaları ticari alanda görülmektedir ki bu dönemde maddi anlamda sıkıntılar yaşayan esnafların “Para Vakfı” olarak nitelendirilen vakıflara başvuruda bulunarak belirli para yardımları aldığı görülmektedir. Ancak bu yardımın sağlanması konusunda birtakım teminatlar gösterildiği de bilinmektedir. Para vakfi olarak bahsettiğimiz vakıflar yalnızca esnaflara para yardımı yapmakla kalmamış, maddi anlamda sıkıntılı olan bireylere giyecek yardımında da bulunmuştur. Bunların yanı sıra kamu hizmeti şeklinde olan yolların onarımı faaliyetleri de bu vakıfların yaptığı işler arasındadır.

Osmanlı Devleti'nin ardından Türkiye Cumhuriyeti'ne geçişte de mikro finans olarak nitelendirilebilecek çalışmalar sonlandırılmamış, bunun aksine çağdaş finans kurumları oluşturulmuştur. Cumhuriyetle birlikte esnafın nakit ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kooperatifler, emanet sandıkları ve kredi birlikleri şeklinde isimlendirilen yapıların oluşturulduğu görülmektedir. Bu oluşumların yanı sıra devlet bankaları olarak kurulan bankaların da çiftçilere devlet desteğiyle oldukça düşük oranda faizli krediler verdiği veya küçük ölçekli işletmelere kredi sağladı görülmektedir. Bu yapılanmalar içinde Halkbank,

Vakıfbank ve Ziraat Bankası'nı saymak mümkündür. Bunların yanı sıra özel sektöre dahil olan İş Bankası ve Garanti Bankası gibi bankaların da benzer faaliyetler yürüttükleri görülmektedir. Bunlardan devlet bankası olan Halkbank, kadınlara yönelik özel girişimci kredisi hizmeti verirken, Garanti Bankası ve İş Bankası'nın da benzer faaliyetler yürüttüğü görülmektedir (Ozan Dündar, 2007:24).

Bu finans kuruluşları içinde Halkbank, Türkiye'nin hemen her yerinde şubesi bulunan, küçük ve orta büyüklükteki işletmelere hizmet veren bir yapılanmadır. Halkbank yaptığı yardımları 1951 yılından itibaren belirli bir sisteme oturtmuş ve bu sistem ile Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri tarafından sağlanacak olan kefalet ile kredi dağıtılacağını belirtmiştir. Osmanlı döneminde para vakfı olarak belirttiğimiz vakıflarda uygulanan teminat uygulamasının Halkbank'ın uygulamalarında da yer aldığı görülmektedir. Teminatın yanı sıra Kredi uygulamalarından faydalanmak isteyen esnafın Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonuna bağlı kooperatiflerden birine üye olma şartı da aranmaktadır (Adaman ve Bulut, 2007:119 - 120). Ancak bu şartların zor olduğu şeklinde bir değerlendirme yapmak oldukça güçtür. Nitekim oluşumun 50. yılında Halkbank'ın, Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonuna bağlı olan yaklaşık olarak 130.000 mikro ve küçük işletmeye kredi sağladı görülmektedir. Burada kredinin kullanım miktarından ziyade kredi kullanmak isteyen bireylerin sağlaması gereken şartların niteliği önemlidir. Nitekim bireylerin sahibi oldukları işletmelerin resmî olarak kayıtlı olması ve kredi kullanabilecek olan bireylerin teminat gösterebilecekleri mal varlıklarına sahip olmaları yapılan uygulamaların yoksul insanları değil, maddi anlamda belirli bir seviyeye yükselmiş insanları hedef aldığı konusunda açık bir göstergedir. Bunun yanı sıra kullanılan 130 bin civarındaki kredinin tamamının erkekler tarafından kullanıldığı da görülmektedir. Kuruluşunun 50. yılında 130 bine yakın insana kredi sağlayan Halkbank bu tarihten itibaren 2010 yılı sonuna kadar sayıyı neredeyse üç katına çıkararak 375 bin kişinin kredi kullanmasını sağlamıştır (Halkbank, 2010 Faaliyet Raporu).

Halkbank tarafından 1993 yılı itibariyle ev kadını olarak nitelendirilen kadınların da ekonomik sektörde yerlerini alabilmeleri amacıyla bir kredi programı başlatılmıştır. Başlatılan programda temel hedef, evinde herhangi bir ekonomik faaliyet yapmayan, ancak üretime katılmak isteyen kadınların tekstil ve giyim sektöründe faaliyet gösterebilmeleri amacıyla bu alanda üretim yapabilmek amacıyla gereken araçları satın alabilmeleri için kendilerine kredi sunulmasıdır. 1993 yılında başlatılan bu kredi programı için 3 bin kişi başvuruda bulunmuş, banka tarafından yapılan değerlendirmeler sonucunda başvuranlardan yalnızca 900 kişinin kredi almaya uygun olduğu belirlenmiştir. Kadınlara yönelik

bu kredi programına beklenen ilginin gösterilmediği ve programın başarıya ulaşamadığı gerekçesiyle başlangıcından 2 yıl sonra 1995 yılında bu kredi programı sonlandırılmıştır (Adaman ve Bulut, 2007:120).

Devlet bankaları içinde Halk Bankası'nın yanı sıra Ziraat Bankası da mikro kredi alanında faaliyet gösteren kuruluşlardır. Bu banka, adından da anlaşılacağı gibi daha çok tarım sektöründe faaliyet gösteren bireylere kredi sağlayan bir program uygulamaktadır. Nitekim Ziraat Bankası, yaklaşık 2 milyon kişiye kredi imkânı sunarak hedef kitesini oldukça geniş tutmaktadır. Ancak verilen tüm bu kredilerin, geri ödemesi olan faizli krediler olduğundan söz etmek mümkün değildir. Nitekim verilen kredilerin yarısından fazlası geri ödemesi olmayan veya yeniden yapılandırılan kredilerden meydana gelmektedir.

Mikro kredi uygulamaları alanında faaliyet gösteren bir diğer devlet bankası olan Vakıfbank tarafından, mikro kredi niteliğinde olan bir kredi türünde 32 kadına kredi verilmiştir. Bunun yanı sıra banka, kadınlara özel olarak belirlenen Anneler Günü veya Dünya Kadınlar Günü gibi günlerde de sadece kadınlara yönelik olarak verilen küçük miktarda kredi uygulamaları devreye sokmuştur (Wilson vd., 1997:3).

5.1. Sivil Toplum Kuruluşlarının Çalışmaları

Türkiye'de mikro kredi uygulamalarının gerçek anlamda başlaması 1986 yılına dayanmaktadır. Bu tarihte kurulan Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı tarafından 1995 - 1997 yılları arasında İstanbul'da başlatılan faaliyetler, pilot bölge denemesinin ardından yaygınlaştırılma amacı güdülen başlatılan bir program dâhilinde gerçekleştirilmiştir. İstanbul pilot bölgesinde başlatılan projede toplamda 91 kadına 6 ay ile 1 yıl arasında değişen vadelerle 200 dolar kredi dağıtılmıştır. Uygulamanın yeni olmasından hareketle dağıtılan kredilere uygulanacak faiz oranlarında Halk Bankası tarafından uygulanan kredi faizleri baz alınmıştır. Gerçekleştirilen uygulamadan yararlanan kadınların, aldıkları kredileri amacına uygun bir şekilde ekonomik faaliyetlere katılma şeklinde kullandıkları ve kredilerin geri ödemesinin yüzde yüz şeklinde sağlandığı belirtilmektedir. 1997 yılından itibaren de faaliyetlerini devam ettiren Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı 1999 yılında gerçekleşen Marmara depremin nedeniyle önceliklerini değiştirmiş ve mikro kredi uygulamalarına ara verme kararı almıştır (Okumuş, 2010:331 - 332).

5.2. Türkiye'de Grameen Mikro Kredi Uygulamaları

Grameen Mikro Kredi Programı Türkiye'de ortaya çıkışı aşamasında ülke genelinde uygulamaya konulmamıştır. Program ilk olarak Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde pilot proje olarak başlatılmış ve uygulama bu bölge üzerinden

yürütülmeye çalışılmıştır. Türkiye’de Grameen Bank projesinin uygulanması yüksek sayılabilecek bir bütçe ile hayata geçmiştir. Dünya Bankası tarafından programın uygulamaya konulması için tahsis edilen 500 milyon dolar ve Türkiye Cumhuriyeti başbakanlığı tarafından proje için ayrılan 130 milyon dolar olmak üzere toplam 630 milyon dolarlık bir bütçe ile harekete geçirmiştir (Dündar, 2007:24). Grameen modeli Türkiye’de yap işlet devret şeklinde uygulanma kararıyla 11 Haziran 2003 tarihinde protokol imzalanarak uygulamaya konulmuştur.

Türkiye Grameen Mikro Kredi programı protokolü imzalandığı 2003 yılı haziran ayının üstünden bir ay bile geçmeden temmuz ayı içinde Türkiye İsrافی Önleme Vakfı ile Grameen Trust’ın ve Diyarbakır Valiliği’nin birlikte çalışmaları ile Diyarbakır ilinde faaliyet göstermeye başlamıştır. Türkiye’de uygulanan Grameen Mikro Kredi Programı, uygulama aşamasında model olarak Grameen Bank modelini kabul etmiş ve uygulamalarını bu doğrultuda gerçekleştirme kararı almıştır. Bu bağlamda program ilk kredi dağıtımını 18 Temmuz 2013 tarihinde Diyarbakır ilinde gerçekleşen Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği toplantısında yapmıştır. Uygulama modeli olarak Grameen Bank genel uygulamaları modelinin kabul edildiği programda, bu modele uygun olarak kâr amacı güdülmeyen bir mikro kredi programı uygulanması kararlaştırılmıştır. Yine bu programın temel amacı ülke genelinde yoksulluğu ortadan kaldırmak olduğu için girişimci kişilere ve bu kişiler içinde özellikle kadınlara mikro kredi dağıtılması yönünde hareket edilmiştir.

Türkiye Grameen Mikro Kredi Programı’nın işleyişi Türkiye içinde bir bağımsız faaliyet şeklinde değildir. Nitekim program Türkiye İsrافی Önleme Vakfı ile programın uygulanacağı şehirlerin en üst yönetim mercii olan valilikler arasında imzalanan protokoller doğrultusunda işleyiş sağlamaktadır. Türkiye’de uygulanan programın hedef kitlesi yoksul kesimdir. Ancak burada bir öncelik sınıfı olarak tanımlanan kırsal ya da kent alanında yaşayan ve yoksulluk sınırının altında olan kadınlara öncelik verilmesi tercih edilmiştir. Bunun yanı sıra genel uygulamalara sadık kalarak kredi programlarından yararlanabilmek için krediden faydalanmak isteyen kadınların aynı yerleşim yerinde yaşayan beş kişi ile bir araya gelerek grup kurmaları ve bu şekilde kredilerden istifade etmeleri şartı aranmaktadır (TGMP, Haftalık Rapor, 2011).

Türkiye Grameen Mikro Kredi Programı’nda kadınların en az beş kişi şeklinde krediye başvurmaları sonucunda kendilerine kredi tahsis edilmesi kararının alınmasının ardından kadınların bu krediyi almak için şubeye gitmelerine gerek kalmayacak bir uygulama gerçekleştirilmektedir. Uygulamada mikro kredi programının çalışanları kredi başvurusunda bulunan üyelerin evlerine gitmekte ve kendilerine tahsis edilen kredileri evlerinde kendilerine

sunmaktadırlar. Yine krediye başvuran kesimin yoksul kesim olması nedeniyle kredi ödemelerinde farklı ve oldukça nazik bir uygulamaya da başvurulmaktadır. Bu uygulama ise kredi ödemesi için eve giden program çalışanlarının kredi alan bireylere ekonomik anlamda yük olmamak adına kendilerine su dahi ikram ederse bunu kabul etmemeleridir.

Türkiye'de Grameen Bank modeline uygun olarak tahsis edilen kredilerin geri ödemeleri haftalık şeklinde yapılmaktadır. Kredilerini alıp bunu ekonomik faaliyet alanında değerlendiren bireyler taksitlerini program tarafından belirlenen günlerde ve küçük dilimler halinde geri ödeme yoluna gitmektedirler. Ödenen kredilerin limitlerinde ise bir standart uygulamadan söz etmek mümkün değildir. Kredinin değişkenliği, kredi alınan mikro kredi program merkezinin performansına ve grubun performansına göre belirlenmektedir. Ancak bu değişiklik her zaman olumlu şekilde olmamaktadır. Nitekim performans değerlendirmesi sonucunda puanı az olarak belirlenen grup veya merkezin sunduğu krediler az olmakta pozitif çıkanlar ise fazla olmaktadır.

SONUÇ

Yoksulluk konusu ilk ekonomik faaliyetler ve bu faaliyetler sonucundaki gelir dağılımının eşitsizliği ile ortaya çıkmıştır. Kavramsal olarak oldukça eski bir tarihi olan yoksulluk konusu üzerinde henüz ortak bir tanımlamaya ulaşılamamıştır. Bunun sebebi ise ülkesel manada gelir dağılımlarının da farklılık göstermesidir. Diğer bir ifadeyle gelişmemiş ülkelerde yıllık geliri 3000 dolar olan biri zengin sınıfa dâhil olurken gelişmiş ülkelerde 10 000 dolar gelire sahip olan birinin orta sınıfta yer alabilmesidir. Ancak ulusal veya uluslararası manada farklı tanımlarından söz edilebilecek olan yoksulluk konusunda ortak bir sonuç vardır ki o da kavramın tüm ülkeler açısından bir sorun olduğudur. Bu küresel sorun, genel manada bireylerin yaşamlarını sürdürmek için gereken alt seviye kazançtan yoksun olmaları şeklinde bir tanımlama çerçevesine oturtulabilir. Bu yoksulluk durumu toplumsal sorunlara neden olduğu için ulusal ve uluslararası bazda çözüm arayışları geçmişten günümüze kadar gelmiş ve hâlen sürmektedir.

Gerek ulusal gerekse uluslararası alanda yürütülen yoksullukla mücadele programları incelendiği zaman ulaşılmak istenen temel hedefin yoksulluğun ortadan kaldırılması olduğu görülmektedir. Bu temel amaç etrafında yürütülen programların verimliliği incelendiği zaman ise, başlatıldığı ve yürütüldüğü zaman dilimi ne olursa olsun, program bazında yoksulluğu azaltıcı etkilerin görüldüğü ancak yoksulluğun ortadan kaldırılamadığı görülmektedir. Bu doğrultuda yürütülen programların nihai sonuca ulaşamamasından hareketle yoksulluğu tamamen ortadan kaldırmanın pek mümkün olmadığı yönünde bir yorum yapmak da mümkündür. Bu bağlamda yürütülen yeni programlarda

amacın yoksulluğu ortadan kaldırmaktan ziyade en aza indirmek etrafında şekillendiği görülmektedir.

Yoksullukla mücadele alanında yapılan faaliyetlerin tek bir yapı etrafında toplanmadığı da görülmektedir. Bu konuda faaliyet sürdüren kurum ve kuruluşlar farklı faaliyet alanlarında yer almaktadır. Nitekim yoksulluk konusu da tek bir yapı olmaktan ziyade çok boyutlu bir yapı arz etmektedir. Bu konuda en etkin yapı devlet olmakla birlikte gerek ulusal alanda gerekse uluslararası platformlarda pek çok kuruluş faaliyet göstermektedir.

Yoksulluk konusunda Dünya genelinde yapılan araştırmalar Dünya nüfusunun 1/5'inden daha fazla orana sahip bir kesiminin günlük gelirinin 1 dolar bile olmadığı gibi bir gerçeği gözler önüne sermektedir. Esasında bu realite yoksulluğun boyutunu gözler önüne serme konusunda oldukça etkili olsa da yapılan araştırmalar yoksulluğun dağılımında bir eşitsizliği de göstermektedir. Bunu açıklamak gerekirse; Dünya nüfusu üzerinde yoksul olarak nitelendirilen bireylerin sayısal olarak dağılımında ülkeler arasında bir eşitlik veya yakınlık söz konusu değildir. Diğer bir ifadeyle yoksulluğun dağılımı bazı ülkelerde yoğunlaşmaktadır ki bu ülkeler daha çok gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkelerdir. Bu durum Türkiye açısından da Avrupa devletlerine göre daha yoğun görülen bir sorun olma özelliği taşımaktadır. Nitekim Türkiye'de de günlük gelir seviyesi 5 doların altında olan kişi sayısı azımsanmayacak derecededir.

Yoksullukla mücadele konusunda en fazla uygulama alanı bulan dolaylı yaklaşımlardır. Nitekim bu yaklaşımlar yalnızca yoksulluğu ortadan kaldırma hedefine değil, ekonomik büyüme ile yoksulluğun kaldırılmasına yönelik olan yaklaşımlardır. Bu bağlamda dolaylı yaklaşımlar hem kısa zaman zarfında hem de uzun bir süreçte yoksulluğun ortadan kaldırılmasında etkili olan uygulamalardır. Ancak yine de dolaylı uygulamaların tek başına kullanımının yeterli olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu yetersizlik durumu ise dolaylı programların yanında doğrudan programların uygulanması gerekliliğini gündeme getirmiştir. Türkiye'de yoksullukla mücadele konusunda doğrudan uygulamaların da yürütüldüğü bilinmektedir. Bu bağlamda yürütülen faaliyetler sonucunda adil bir ortam oluşturmak suretiyle yoksulluğun ortadan kaldırılması için çalışmalar yapılmaktadır. Ancak Dünya genelinde yapılan çalışmalar gibi Türkiye'deki çalışmalarda da henüz nihai sonuçlara ulaşılabilmemiş değildir. Bunun temel sebebi ise yoksulluk unsurunun ortadan kaldırılmasının oldukça zor olmasıdır. Nitekim artan gelir seviyeleri ile orantılı şekilde artan ürün fiyatları yoksul kesimin yoksul kalması sonucunu doğurmaktadır. Diğer bir ifadeyle gelir seviyesinin yükseldiği ancak tüketim malzemelerinin fiyatlarının sabit kalmadığı veya gelir seviyesinin altında artmadığı ortamlarda yoksulluğun ortadan kaldırılmasından söz etmek mümkün değildir.

Yapılan çalışmalar 1970’li yılların ortalarında yeni bir kavram olarak ortaya çıkan mikro finans çerçevesinde şekillenmektedir. Mikro finans faaliyetleri günümüzde; Amerika, Kanada ve Norveç gibi gelişmiş olarak nitelendirilen ülkeler dâhil olmak üzere toplamda 107 ülkede mikro finans kuruluşları aracılığıyla uygulanmaktadır. Yapılan çalışmalar sonucunda elde edilen olumlu veriler ile mikro finans kredilerinin kapsamı genişletilmiş ve 2000’li yıllara geldiğimiz zaman mikro finans faaliyetlerine katılan kişilerin sayısının 60 milyona yaklaştığı görülmektedir. Bu kişiler tekil olarak 60 milyon gibi bir sayıya karşılık gelse de aile fertleri ile beraber düşünüldüğü zaman 350 milyona yakın kişinin 2000 yılından sonra mikro kredi uygulamalarından faydalandığı görülmektedir. Ancak mikro finans yönteminin bu denli katılıma sahip olmasına rağmen yoksulluk konusunda tek başına bir çözüm olduğunu söylemek mümkün değildir. Nitekim bu durum tersi şekilde olsaydı gitgide azalan bir yoksulluktan bahsetmek mümkün olacaktı. Mikro finans uygulamalarının bu yönüyle yoksulluğu azaltmada başarılı ancak belirli bir seviyeye kadar etkili olduğunu söylemek mümkündür.

Mikro finans kuruluşları bakımından hitap edilen çevre veya kapsam oldukça önemlidir. Bu nedenle yapılacak olan düzenlemelerde belirli bir kesimi etkisi altına alan ve buna yoğunlaşan mikro finans kuruluşlarının daha etkili sonuçlara ulaşmayı sağlayacağı göz önünde bulundurulmalıdır.

Mikro finans uygulamalarında başarıya ulaşmanın temel faktörü sosyal alandaki ilişkilerin iyi şekilde planlanmasıdır. 1999 yılı için yapılan mikro kredi araştırmalarında uygulanan programların başarısız olduğu görülmüştür. Bu başarısızlığa dair yapılan incelemelerde ise sosyal ilişkiler açısından başarısızlığın mikro kredi programının başarısızlığına neden olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda programdan borç alanlar diğer bir ifadeyle müşteriler ve programın uygulayıcısı olan bireyler ile borç alan bireylerin kendi aralarındaki ilişkileri program açısından bir başarısızlığa neden olabilmektedir. Bu başarısızlığın önlenmesi ve programın daha fazla başarıya ulaşabilmesi için programın uygulayıcısı pozisyonunda olan sivil toplum kuruluşları, kooperatifler, vakıflar vb. yapılanmaların da uyum içinde çalışmaları gerekmektedir. Ancak bilinen bir gerçek vardır ki halka yakınlık ve halk nazarındaki imaj bakımında hükümetler veya hükümetlerin dışında sivil toplum kuruluşları tarafından yapılan faaliyetler daha fazla kabul görmektedir. Bu nedenle hükümetler mikro finans uygulamaları açısından gerekli düzenlemeleri yaptıktan sonra denetim konusunu aksatmadan sürdürmeli ve bu bağlamda makro anlamdaki istikrarı devam ettirmelidir.

Türkiye açısından mikro finans uygulamalarına bakıldığında zaman, mikro finans uygulamalarının 2000 yılından sonra etkinlik kazandığı görülmektedir. 2003

yılından itibaren ise belirtilen faaliyetler Grameen Bank ve TİSVA gibi kurumlar bünyesinde sürdürülmüş ve katılımı oldukça fazla bir seviyeye yükselmiştir. Ancak uygulamalar açısından Türkiye'de sosyokültürel birtakım engellerin ilk dönemlerde mikro finans uygulamalarında bazı sıkıntılar doğurduğunu söylemek mümkündür. Bu uygulamaların temeli incelendiği zaman öncelikle yoksul olan kesime kredi verilmesi amaçlanmaktadır. Yoksul olan kesim içinde ise kadınlara, kadınlar için de eşi ölmüş ve maddi gelirden yoksun olan kadınlara kredi verilmesi önceliği esasına dayanmaktadır. Ancak Türkiye içinde sosyokültürel faktörler nedeniyle ikinci planda kalan, eğitimini tamamlayamamış veya eğitim alamamış olan kadınlar bu mikro finans faaliyetleri hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıkları için uygulamaya yönelme konusunda ilk başta çekimser kalmışlar ve başvurmuşlardır. Bu kültürel etki zaman içinde aşılsa bile bunun temel sebebi kulaktan kulağa olarak nitelendirilebileceğimiz şekilde haberdar olunması ve alınan bazı olumlu sonuçların insanlar tarafından duyulmasıdır. Bu bağlamda Türkiye'de mikro finans uygulamalarına yönelik yürütülen faaliyetlerin özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da belirli bölgelerde bilgilendirme faaliyetleri yapılarak daha fazla katılımı sonuçlandırılabilceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Mikro kredi kullanımı konusunda aksaklık olarak nitelendirilebilecek bir husus vardır ki o da bazı bireylerin mikro kredi kullanma sonucu elde ettiği parayla mevcut borçlarını ödemesi durumudur. Ancak bu durum ise bireyin iş yerine ait borçlarını ödeyerek piyasalarda güven elde etmesi ve bunun sonucunda da yeni mallar temin ederek işini büyütmesi şeklinde değerlendirilme ve bu nedenle de mikro kredilerin yine dolaylı olarak da olsa amaca hizmet etme yönünü göstermektedir. Bu durumun ortadan kaldırılabilmesi için kredi kullanacak olan bireylerin detaylı takibi gerekmektedir ki bu takip sonucunda yukarıda değindiğimiz olumlu fikir oluşturma sonucu ortadan kalkacağı için olumsuz bir durumun ortaya çıkması kaçınılmaz olacaktır.

Ayrıca yine bireylerin mikro kredi kullanımından sonra gıda, eğitim, barınma gibi temel ihtiyaçları için ayırdıkları harcama miktarlarında artış olması bireylerin mikro krediler sonucunda ihtiyaçlarını karşılamak ve sosyal statü değerindeki farklılaşmanın olumlu yönde olduğunu göstermektedir. Bu kalemlerdeki harcama artışları piyasalarda ekonomik anlamda canlanma olmasını da sağlaması açısından esasında yoksullukla mücadele konusunda çok boyutlu bir etki ortaya çıkmaktadır. Bu etkilerden birincisi kredi kullanan ve bu sayede ekonomik geliri artan bireylerin ihtiyaçlarını karşılama düzeylerindeki olumlu etkidir. Diğer etki ise ihtiyaçların giderilmesi konusunda satıcılardan alışveriş yapılması sonucunda bu bireylerin de gelirlerinin artması, piyasalarda canlılığın sağlanmasıdır.

KAYNAKÇA

- Adaman, F., Bulut, T., (2007), **Diyarbakır'dan İstanbul'a 500 Milyonluk Umut Hikâyeleri Mikrokredi Maceraları**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akalın, U. S., (2004), **Türkiye'de Devlet-Sermaye İşbirliğinin Ekonomi Politikası: Devletin Ekonomideki Rolü ve Yeri**, 2. Baskı, İstanbul: Set Yayınları.
- Akbulaev, N., (2012), Bağımsız Türk Devletlerinde Mikro Finansman, **Turan Stratejik Araştırmalar Merkezi Dergisi**, C. 4, S. 15.
- Akçakaya, M., (2009), **"Türkiye'de Bölgesel Yoksulluk"**, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Akgül, A., (2003), **Zenginliğin Yaygınlaştırılması İçin Mikrokredi Uygulaması: Türkiye Grameen Mikrokredi Projesi**, Ankara: Türkiye İsrافی Önleme Vakfı Yayınları, Ekim.
- Aktan, C. C., (2002), "Yoksulluk Sorununun Nedenleri ve Yoksullukla Mücadele Stratejileri", **Yoksullukla Mücadele Stratejileri**, Ankara: Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu Yayını.
- Aktan, C. C., İ. Y. Vural (2002), "Yoksulluk: Terminoloji, Temel Kavramlar ve Ölçüm Yöntemleri", **Yoksullukla Mücadele Stratejileri**, Coşkun Can Aktan (Ed.), Ankara: Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu Yayını.
- Altunöz U., (2015), Mikro Kredilerinin Kadın İstihdamı ve Kalkınmaya Etkileri: Türkiye Örneği, **Çalışma Dünyası Dergisi**.
- Arpacioğlu, Ö., (2012), **"Dünyada ve Türkiye'de Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele"**, **Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Aşkın, E., Ö., Barış, S., (2015), Kadın İstihdamının Artırılmasında Mikro Kredi Uygulamasının Etkisi: Tokat İli Örneği, Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi İİBF Fakültesi, **Çalışma ve Toplum Dergisi**, S. 3.
- Ateş, G., Öğütoğulları, E. (2012), "Türkiye'de Yoksullukla Mücadelede Mikrokredi Uygulamaları", **Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 14, S. 2.
- Baktır, N., Erdem, E., (2011), **Türkiye'de Kadın Yoksulluğunun Çözümünde Mikro Kredi Uygulamaları: Ekonomik Etkilerin Ölçülmesi**, **Sakarya İktisat Dergisi**.
- Balkız, Ö., I., Öztürk, E., (2013). "Neo-Liberal Gelişme Anlayışı ve Kadın: Mikro Finans Uygulamaları Kadınları Güçlendiriyor mu?". **MJH** 111/2 (2013) 121.
- Başkaya, F., (1991), **Az Gelişmişliğin Sürekliliği**, Ankara: İmge Kitabevi.
- Bayraktutan, Y., Akatay, M., (2012), **Kentsel Yoksulluk ve Mikro Finansman**:

Kocaali Örneği, Kocaali: **Kocaali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2012, 24: 1 - 34

Begum, N., (2003), Targeting the Poor, **Mikro Kredi Vasıtasıyla Yoksulluğun azaltılması Uluslararası Konferansı**, İstanbul 9-10 Nisan 2003 (El Kitabı), Ankara: TİSVA.

Bilen, Ö., (2003), **Bölgesel / Yerel Kalkınmada Kullanılabilecek Finansal Sistemler, Aracı Kurumlar ve Türkiye İçin Önermeler**, Ankara: DPT, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü.

Bilge, O., (2009), **“Ekonomik Krizlerin Yoksulluk Üzerine Etkileri”**, Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi, Ankara.

Can, M., (2008), **Mikrofinans Yönteminin Yoksullukla Mücadelede Kullanımı ve Türkiye’de İşsizliği Önlemede Uygulanabilirliği**, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı.

Coşkun, S., TİRELİ, M. (2008), **“Avrupa Birliğinde Yoksullukla Mücadele Stratejileri ve Türkiye”**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Doğan, B., Kaya, M., (2013), Yoksullukla Mücadelede Mikro Kredi Sistemi: Diyarbakır Örneği, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 12, S. 45.

Dolun, L., (2005), **“Mikro Finansman”**, Türkiye Kalkınma Bankası, Nisan.

Devlet Planlama Teşkilatı, (2001), **“Gelir Dağılımının İyileştirilmesi ve Yoksullukla Mücadele Özel İhtisas Komisyonu Raporu”**, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**, Ankara.

Döşeyen, A., (2007), **Yoksullukla Mücadele programlarından Mikrokredi ve Türkiye Diyarbakır Örneği Başarı Değerlendirmesi**. İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, İstanbul.

Dumanlı, R., (1996), **Yoksulluk ve Türkiye’deki Boyutları**, DPT Uzmanlık Tezleri, Ankara: DPT Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Yayını.

Dündar, S. O., (2007), **Mikro Finansman**, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Kasım.

Ece, S., (2014), **Mikro Kredi Kullanan Kadınlar: Şırnak Örneği**, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Eroğul, C., (2000), **Anatüzeğe Giriş**, Ankara: İmaj Yayıncılık.

Gündoğan, N., (2003), **“Yoksullukla Mücadelede İstihdam Politikalarının Rolü ve Önemi”**, **Yoksulluk**, C. I, İstanbul: Deniz Feneri Yayınları, 1. Baskı.

Gündoğan, N., (2008), **“Türkiye’de Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele”**, Ankara: Ankara Sanayi Odası Dergisi, ASO Dosya, Ocak/Şubat 2008.

Güneş, S., (2009), **Yoksullukla Mücadelede Mikro Kredi Uygulamaları ve**

- Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Proje Destekleri**, SYDGM Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayınları, Mayıs.
- Gür, B., (2012), Sürdürülebilir Kalkınma, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Türkiye’de Mikro Finansman Uygulamaları, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C., 11, S. 21.
- Güzel, S., (2011), **Kadın Yoksulluğu ile Mücadelede Dünya Bankası ve Mikro Kredi Uygulaması: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme**, Bursa: Uludağ Üniversitesi.
- Işık, O., Pınarcıoğlu, M. M., (2009), **Nöbetleşe Yoksulluk: Sultanbeyli Örneği**, 7. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınevi.
- Işıklı, A., (2002), **Dünya Bankası’nın Laik İmparatorluğunda Kumarhane Kapitalizmi**, İstanbul: Otopsi Yayınları.
- İncedal, S., (2013), **Türkiye’de Yoksulluğun Boyutları: Mücadele Politikaları ve Müdahale Araçları**, Ankara: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Uzmanlık Tezi.
- Karabulut, T., (2007), **Yoksullukla Mücadelede Mikro kredi Uygulaması**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, Şubat.
- Karataş, A. ve Helvacıoğlu A. D., (2006), “Basel II Sürecinde KOBİ’ler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mikro Krediler”, **3. KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi Kongre Kitabı**, Güneş Gençyılmaz (ed.), İstanbul: Kültür Üniversitesi Yayınları, 17-18 Kasım.
- Kaya, Z., (2011), “**Türkiye’de Yoksulluk Analizi: Bir Probit Model Uygulaması**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- Kocatepe, H., (2011), “**Yoksulluk ve Kent Yoksulluğu: Yalova İli Örneği**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yalova.
- Korkmaz, E., (2004), Baloğlu, B., Sümer, K. Kağan; Oktayer, N. ve Çok, M., **Microkredi Yoluyla Yoksulluğun Azaltılması: İstanbul Örneği**, İstanbul, İTO Yayın No: 2004-32.
- Korkmaz, E., (2004), **Mikrofinans Yoluyla Yoksulluğun Azaltılması; İstanbul Örneği**; İTO.
- Kovancı, O., (2003), **Kapitalizm, Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadelede Tarihsel Bir Deneyim: İngiliz Yoksulluk Yasaları**, Ankara: Mülkiyeliler Birliği Yayınları, Yayın No: 30.
- Köse, Ö., (2003), “Globalizasyon Sürecinde Devletin Yapısal Ve İşlevsel Dönüşümü”, **Sayıştay Dergisi**, Nisan-Haziran.
- Kösemen, İ. B., (2004) “**Yoksulluk Çizgisinin Altındakilere Mikro kredi Uygulaması ve Türkiye’deki Gelişimi**”, (Basılmamış Yüksek Lisans

- Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Kuştepe, Y., Halaç U., (2004), “Türkiye’de Genel Gelir Dağılımının Analizi ve İyileştirilmesi”, **DEÜ SBE Dergisi**, C. VI, S. 4, İzmir.
- Nguyen, T., Hoang V., (2003), “Attaining Sustainability in Microcredit Programs”, **Mikro Kredi Yoluyla Yoksulluğun Azaltılması Uluslararası Konferansı** (el kitabı), İstanbul, 9-10 Nisan 2003, Ankara: TİSVA, 2003.
- Ocampo, J. A., Derviş K. ve Weingarten, R., (2006) **Building Inclusive Financial Sector For Development**, New York, United Nations.
- Okumuş, H. Ş., (2010), **Dünyada ve Türkiye’de Mikro Finansman ve Yoksulluğun Azaltılması Teori ve Uygulamalar**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 2010.
- Othman, M. B., (2015), **Role of women in achieving shared prosperity: An impact study of Islamic microfinance in Malaysia**, 2nd Global Conference on Business and Social Science-2015, GCBSS-2015, 17-18 September 2015, Bali, Indonesia
- Ozan DüNDAR, S., (2007), **Mikro Finansman**, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü Yayını.
- Öniş, Z., Şenses, F., (2005), “Rethinking the Emerging Post-Washington Concensus”, **Development and Change**, 36(2).
- Öniş, Z., (1999), **The State and Economic Development in Contemporary Turkey: Etatizm to Neoliberalizm and Beyond, State and Market: The Political Economy of Turkey in Comperative Perspective**, İstanbul: Boğaziçi Ünivetsitesi Yayınları, II. Baskı.
- Ören, K., Negiz, N., Akman, E., (2012), **Kadınların Yoksullukla Mücadele Aracı Mikro Kredi: Deneyimler Üzerinden Bir İnceleme**, Erzurum: Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C.: 26, S.: 2.
- Öz, C., S., Çolakoğlu, C., (2014), “Türkiye’de Mikro Kredi Uygulamasının Sakarya İli Özelinde İncelemesi”, **Çalışma ve Toplum**, S. 4.
- Öztürk, Ş., (2008), “Kırsal Yoksulluk ve Neo-Liberal Ekonomi Politikaları”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, C. I, S. 5, Kasım.
- Pehlivan, V., (2010), **“Küreselleşme, Yoksulluk ve Türkiye”**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Pire, Ö., (2011), **“Türkiye’de Yoksullukla Mücadelede Uygulanan Sosyal Politika Programları: Isparta İli Örneği”**, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Rad, S., T., Altıkulaç, S., (2016), **Mikrokredi Kullanımının Kadınlar**

Üzerindeki Sosyo - Ekonomik Etkileri: Mersin İli, Kesit Akademi Dergisi, S. 5.

Resmî Gazete, 25772, 31 Mart 2005.

Romer, C. D., Romer, D. H., (1998), “Monetary Policy and The Well-Being of the Poor”, **Nber Working Paper Series**, Working Paper 6793.

Rose, M. E. (1974),**The Relief of Poverty** (2nd ed.), 1834-1914, London: Macmillan.

Sakarya, Ş. (2005), “Yerel Kalkınmanın Finansal Dinamiği: Mikro Finans ve Türkiye’deki Gelişmeler”, **Yerel Ekonomiler Kongresi Bildiriler Kitabı**,01-02 Ekim, Karaman.

Scott, J., (1994), **Poverty and Wealth Citizenship, Deprivation and Privilege**, London and New York: Longman.

Serinikli, N., (2016), **Edirne Toplum Merkezlerinden Hizmet Alan Yoksul Kadınların Ekonomik Olarak Güçlenmesinde Kooperatiflerin Önemi: Bir Alan Araştırması**, Edirne: Trakya Üniversitesi Uzunköprü Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu.

Shrestha, S. M., (2003), Sources of Founding for Microcredit Program, **Mikro Kredi Yoluyla Yoksulluğun Azaltılması Uluslararası Konferansı** (el kitabı), İstanbul, 9-10 Nisan 2003, Ankara: TİSVA.

Sivachithappa, K., (2009), **Impact of Micro Finance on Income Generation and Livelihood of Members of Self Help Groups - A Case Study of Mandya District, India**, PSU-USM International Conference on Humanities and Social Sciences

Soyak, M., (2010), **Kadın Girişimciliği ve Mikro Finans: Türkiye Deneyimi**, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Bahar, S. 24.

M., A., Söğüt, (2001), **Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Alternatif Finansman Yöntemleri**, KOSGEB.

18. Bölüm

Hazreti Ali Cenklarının Anadolu Sahası Destan Geleneğine Yansıması ve Cenklere Tespit Edilen Bazı Fantastik Öğelerin Analizi

Recai BAZANCIR¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Özalp MYO, Türk Dili ve Edebiyatı,
recaibazancir@yyu.edu.tr, Van/Türkiye

Giriş

Halk biliminin konularından biri olan ve tarihten ilham alınarak işlenen ve epik birçok içeriği bünyesinde barındıran cenknâmeler, İslâmiyet öncesi Destan geleneğinin devamı olmakla birlikte, asıl temlerini Kur'an-ı Kerim ve ayetlerle birlikte İslam tarihi içeriklerinden almıştır.

İsmet Çetin (1997: 30-31) cenknâmeleri, dinî-kahramanlık destanları içinde tanımlamış, cenknâmelerin dinî bir grubun destanı olmaktan çok, Anadolu Türk insanının cengâverlik eğilimlerini ön plana çıkardığını ifade etmiştir. Bu eserler insanlara ideal insan tipinin örneğini teşkil edecek mesajlar veren dinî-kahramanlık konulu birer destan niteliği taşımaktadırlar. Milli destanlar, tarihi vakaları tasvirten ziyade, milletin yüksek milli duygularını yansıtan, tamamı veya bir kısmı tarihe müstenit bir ideal âlemi gösteren halk edebiyat eserlerinden ibarettir.

Çetin (2002: 76) cenknâmelerin, yazıldıkları dönem itibarıyla dini tebliğ ve yayma gayesi taşıyan kahramanlık konulu eserler olduğunu, dolayısıyla gerek olaylar gerekse tiplerin dinî esaslar ile beslenip dinin propagandasını apaçık yaptığını ifade etmiştir. Çetin, bu bilgilerin ya doğrudan müellif tarafından ya da cenknâmelerde adları geçen şahıslar tarafından Müslüman olmayan bir kişi veya gruba hitap edilerek okuyucuya verildiğini belirtmiştir.

Mattei (2004: 18)'ye göre insanın kendisine ve başkalarına karşı olan yükümlülüklerini yerine getirmesi, güzel huylar edinip kötülüklerden kaçınması gerektiği fikrinin işlendiği cenknâmelerde, topluma İslâmî bir ahlak sistemini öğütlemektedir. Doğrudan doğruya ahlaki bilgilerin verilmesinden başka dolaylı olarak çeşitli örnekler ile öğüt tarzı ifadeler de cenknâmelerde görülmektedir. İdeal insan örneği ile bunların anlayış ve davranış biçimleri, toplum hayatına örnek olmak suretiyle, dönemin fikri yapısına uygun, ideal insan örneğine ulaşmaya çalışılmaktadır.

Çetin'den özetlenecek olursa, cenknâmelerin gayesinin, ahlaki- dini bilgi ve tarih bilgisi ile halka moral vermek olduğu söylenebilmektedir. Kişinin kendine ve başka insanlara karşı olan sorumluluklarını gerçekleştirmek, iyi huylar ve davranışlar edinip zararlı eylemlerden kaçınmak gerektiği gibi düşüncelerin ele alındığı cenknâmelerde, ilk olarak halka dini ve ahlaki değerler sistemi öğütlenmektedir. Anlatılarda direkt olarak ahlaki değer yargılarının verilmesinin dışında, insani davranış şekilleri, faydalı eylemler ve öğütler dolaylı olarak aktarılmıştır. İdeal birey modeli ve bu bireylerin anlayış, düşünüş ve eylemleri toplumun hayatına örnek oluşturulacak şekilde sunulmak suretiyle, yaşanan çağın düşünce şekline uygun ve fikri yapıyı destekleyici bir insan protipi yakalanmaya çalışılmaktadır. (2002: 77)

Pertev Naili Boratav, destan ve menkıbelerin toplumlar için inanişla bağlantılı olduğunu ve tarihsel bir gerçek olarak kabul edildiğini, insanlık tarihini böyle en ince kıvrımlarına kadar aydınlatacak bir tarih yazmanın belki de imkansız bir şey olduğunu ifade etmiştir. Fakat tarihin yolunun gerçeğe daha yakın eğrilerle çizilebilmesi için gerekli olan ara noktaların tarih yazana verilecek vasıtaların, genellikle kültür mahsullerinin, sanat mahsullerinin tahlilidir. (1983: 72-73). İslâmiyet'in kabulünden önce Türk toplum hayatında ozanlar tarafından icra edilen destan ve hikâye anlatmak geleneği, İslâmiyet'ten sonraki dönemde yerlerini gezici âşıklara bırakmıştır. Arap ve Fars kültüründen gelen kıssahan-meddahlar, Selçuklular döneminden itibaren saraylarda yer aldıktan sonra dinî destanları anlatmak ön plana geçmiş, konusunu eski Türk geleneklerinden alan hikâye ve destanlar, daha çok köy ve aşiret çevrelerine kaymıştır. İşte bu dönemde, Hz. Ali maceraları anlatılmaya başlanmış, XIV. yüzyıldan itibaren de ozan ve kıssahanlar kesin çizgilerle birbirinden ayrılıp, anlattıkları konular belirlenmiştir. İslâmiyet'in kabulünden itibaren Türk toplum hayatında önce ozanlar ile birlikte görülen kıssahan-meddahlar, konularını İslâmi gelenekten alan ve özellikle de Hz. Ali ile ilgili hikâyeler anlatıyorlardı. XVI. yüzyılda klasik edebiyatın teşekkülüyle birlikte muhteva değiştirmiş ve daha gerçekçi konulara yer vermişlerdir. Dolayısıyla en önemli konularından biri olan cenknâmeler de anlatılmaz olmuştur. (Çetin: 35-36)

İnsanların tarihi belgelerinin nadir olduğu zamanlardaki sanatlı sözlerin ilk sırasındaki destanların incelenmesi, elbette tarih çalışmaları için hayati önem arz etmektedir. Bu yolda destanlardan faydalanmak için, onların asıl kıymetlerini bilerek kullanmak gerekmektedir. Kuşkusuz destanlar geçmişten izler taşısa da, tematik olarak tarih ile eş değildir. Modern tarih metodu, milletlerin destani menkabeleri ile tarihi eşleştirmeye çalışan eski tarih yazarlarının çalışmalarını ciddi şekilde tenkid etmektedir. Ama destan mefhumunun eski zamanlarda tarih olarak adlandırılması ve o şekilde addedilmesi günümüz tarihçileri için önemli bir durumdur. Belli bir tarihi olaydan sonra üzerinden belli bir süreç geçsin ya da geçmesin, tümünden bozulmuş şekliyle de destan içerikleri tarihsel gerçek olarak kabul edilmektedir. Destanların toplumsal değer normlarına göre değişmesi, yeni bir içeriğe kavuşması, onu oluşturan toplumun duyuş, düşünüş ve inanç yapısını okura göstermektedir.

Boratav'dan özetlenecek olursa, bütün olağanüstü unsurları ile destanlar ve menkabeler tarih olaylarının halk kitlelerinde bıraktığı izleri, halkın onlar hakkındaki kanaatlarını ve yargılarını, onların kahramanı olan tarihsel insanlar hakkındaki sempati veya antipatilerini, onlara tarif ettikleri ve gerçekte kendi isteklerinin sembolleri olan karakterleri ve kişilikleri tesbit ettiğini belirtmiştir. Gayesi, sadece politik olayları ve devletlerin başında bulunan insanların hayatını

ve yaptıkları işleri tanımlamak değil, aynı zamanda toplumun içinde yer aldığı maddi ve manevi gerçeklikle birlikte zaman içinde geçirdiği sosyal ve psikolojik aşamaları tesbit etmek olan tarih için böyle malzemeye sahip olmanın kazanç olup olmadığını sorgulamaktadır. (1983: 72-73). Destan kendisini oluşturan topluluk ve muhitlerin görüşü ile tarih sayılmaktadır. Onların haricinde kalanlar için ise destan günümüzde romanın işlevini eski zamanlarda üstlenmektedir.

Anadolu sahası sözlü gelenek eserlerinin bazı içeriklerini bünyesinde barındıran cenknâmelerin olduğu kaynaklar ne olursa olsun, Türklerde ve diğer Müslüman ülkelerde içerik ve muhteva olarak yer almıştır. Türklerin inanç dünyası, değer yargıları ve sosyo-kültürel yaşam tarzıyla örtüştüğü için Türk halk edebiyatının bir türü olarak toplumla buluşmuştur. Geçmişte yaylak, kışlak ya da göçer evli olarak yaşayan, Şamanizm ya da Budizm gibi inançların etkisinde yaşayan Türklerde İslamiyet'in kabulünden sonra zaman içerisinde değişen yaşam tarzları sözlü ve yazılı mahsullere de yansımıştır. Dünya görüşünde meydana gelen değişimlerin kısa sürede etkisi yazılı eserlerde kendini göstermiştir. Böylece İslamiyet'in kabulünden sonra yazılan destan temlerini Müslümanlar ile Gayrimüslimler arasında geçen savaşlar oluşturmuştur. Konular, özellikle Hz. Ali, Hz. Muhammed ve çocuklarının etrafında şekillenmiştir. Dini yayma amacıyla gayrimüslimlerle savaşa girişen Hz. Ali ve cengaverlerinin tek gayesinin Allah için cihat yapmak olduğu, anlatılagelen destan içeriklerinde tespit edilmiştir.

Masal ve efsanelerde olduğu gibi sözlü gelenek ürünü olan cenknâmeler, bir zaman sonra yazıya aktarılarak belgelenmiş ve çağımıza ulaşmıştır. Günümüze ulaşan bu efsaneler zamanla değişime uğramış, güncellenmiş günümüz hikâyecilik sahasına ve diğer anlatı türlerine kaynaklık etmiştir. Anadolu sahasında menkıbevi cenknâmelerin sayıca oldukça hacimli olduğu tespit edilmiştir. Anlatılagelen cenknâmelerde, Hz. Ali'nin doğa üstü faydaları, eylemlerinin toplumda bıraktığı olumlu etki, hayat hikâyesi ve onun etrafında meydana gelen vakıalar aktarılmıştır. Bunun yanında cenklerde, yaşamış başka İslâm büyüklerinin gösterdikleri başarılarla da değinilmiştir. Cenklerdeki menkıbelerde okura ideal alp karakterinin bir temsili sunulmuştur.

Kahraman Hz. Ali, bir yandan yoksul bir hayat yaşarken, diğer yandan kahramanlığı, cesareti ve bunlardan kaynaklanan inancı ve fiziki özellikleri ile adeta savaşçı alp tipine yaklaşmıştır. Maddi ve manevi kuvvet ile birçok olumlu üstün kuvvetin Hz. Ali'nin şahsında toplanması, dini karakteri dışında onun, dünyayı fethetmeyi amaçlayan yenilmez bir kahraman olarak göstermekte, fiziği, yüzünün güzelliği ve savaş alanlarındaki çevikliği ile alakalı betimlemeler de bu kutsal kişinin gazi olarak görülmesini sağlamıştır. Hz. Ali darda kalan kişilerin

imdadına Hızır gibi yetişen ve cengâver, sorunların üstesinden gelen önemli bir kahramandır; yani halkın tabiri ile: Allah'ın Arslan'ıdır.

Yapılan savaşlarda Hz. Ali, zor durumda kalan insanlara yardımını dokunan ve onlara Hızır gibi yetişen erdemli, bilge bir kişiliktir. Onda hem kahramanlık hem iyilik hem arkaik unsurlar bir aradadır. Diğer taraftan Hz. Ali, cenklerde ejderhalarla, devlerle ve cadılarla da savaşmıştır. Cenklerdeki arkaik unsurlar olan ejderhalar ve devler kötülüğü temsil etmektedir. Savaş ve mücadelelerde Hz. Ali'nin tam tasviri aktarılmasa da onun çok heybetli biri olduğu anlaşılmaktadır. Hz. Ali, "Zülfikar" adlı kılıcı ve "Düldül" adlı atıyla ortaya çıkmaktadır. Zülfikar, Hz. Ali'ye Hz. Muhammed tarafından hediye edilmiş iki ucu keskin büyük bir kılıçtır. Kan Kalesi savaşında Zülfikar'ın uzadığı ve her çalışta yüz kırk kâfirin kellesini aldığı belirtilmiştir. Düldül ise bir çiftede birkaç gayrimüslim' in canını alabilen büyük bir attr. Bunun yanında Düldül, Hz. Ali'nin devasa kılıcı Zülfikar'ın koruyucusudur.

1. Sözlü Kültür ile Folklor Arasındaki İlişki

İsmet Çetin (1997: 53)' göre XIV. yüzyılda Osmanlı ülkesinin kültür merkezi, başkenti Bursa olduğundan dolayı Orta Anadolu'dadır. Bu asırda yetişen şair ve yazarların, eserlerini Farsça ve Türkçe olmak üzere, iki dille yazmaları, bu yılların da geçiş dönemi olduğunun işaretidir. Yeni Müslüman olan Türk halkına tasavvufu öğretmek amacıyla kaleme alınan eserlerin yanında, tekke çevrelerinde anonim mahiyette Cenknâmelerin çokluğu dikkat çekicidir. Bu eserler XV. yüzyıldan itibaren manzum olarak, daha sonra Türkçeye tercüme edilmek suretiyle Türk Tarihinde yerini almıştır. XVI. yüzyıldan sonra teşekkül eden veya daha sonraki dönemlerde istinsah edilen cenknâmelerin dili ise, devirlerinin özelliklerini taşırlar. Çetin, bu özellikleri manzum cenknâmeler için söylemenin mümkün olduğunu, kullanılan kelimelerin Cenknâmelerin konularından dolayı savaş ve din ile ilgili olan kelimeler olduğunu, gündelik hayatla ilgili unsurlara fazla yer verilmediğinden, ilgili kelimelere de fazla yer verilmediğini ifade etmiştir.

Türk epik destan türüne ait metinlerin, yaratıldıkları sosyo-kültürel ortamdan izole edilerek tanımlanmaları ve tahlilleri herhangi bir kültürel olgu için olduğundan daha eksik olmaya mahkumdur. Bilindiği üzere, elimizde destan metni olarak yer alan bu metinler hiçbir zaman yazılı edebiyat geleneğinde olduğu gibi oturulup kurgulanarak hazırlanmış veya yazılmış değildir. Bu destan örnekleri en kötü kayıt yolları olan destancıları tarafından derleyicilere dikte ettirilerek kaydedilmede dahi kaynaklandıkları sözlü edebiyat geleneği ve kültür ortamının kolay kolay değiştirilemez mührünü taşırlar. (Çobanoğlu, 2011: 57).

Bu sebeple de destancı ile dinleyici arasında destanın icrası yoluyla kurulan iletişim ve bu iletişimsel ilişkinin tür üzerindeki yapısal, fonksiyonel ve tematik tesirleri anlaşılmadıkça, Türk epik destan türünü bütüncül bir bakış açısıyla ortaya koyabilmek imkansızdır.

Ergun, Türk epik destan geleneğini; Türk mitolojisinin veya en eski formlarıyla kadın kamların hayata hâkim olduğu anaerik dönemden itibaren kam ve onların kâinatı, kâinat içinde obalarının yerini ve obalıların kimliğini anlamlı kılma çabalarının ürünü olan mitleri anlatma, günlük ve yaşanan toplumsal hayatı bunlar etrafında yorumlayıp bir bütüne kavuşturma faaliyetinin kurumlaşmış ritüelleri üzerine, demire ve ata kavuşan ataerik bir yapıya dönüşen, yerleşik ve yarı yerleşik yapılardan göçerevli, hayvancılıkla uğraşan bir hale gelen, bu nedenle de ormanlar yerine bozkıra çıkışla birlikte oluşan boy birliklerinin, beylerinin yanında teşekkül eden ozan-baksı kurumunun bir ürünü olarak tanımlamıştır. (Ergun, 1994: 8)

Şenel (1994: 209) eskiden sözlü geleneğin yaygın olduğu ve gazetelerin henüz yaygın olmadığı dönemlerde çeşitli olaylar hakkında halka bilgi vermek için destanların önemli bir vasıta aracı olduğunu, bundan dolayı edebî kıymetlerinden çok halk kitlelerine hitap etmeleriyle değer kazandıklarını ifade etmiştir. Bu özellikler dışında destanların kazanç kaygısıyla da yazıldığı söylenebilmektedir. Albayrak (2004: 124) ise, yakın zamanlara kadar Anadolu'nun çeşitli yörelerinde meydana gelmiş ve toplumu etkilemiş olayları konu edinen tek sayfalık destanları, halkın kalabalık olduğu yerlerde kendine has bir makamla okuyan destan satıcılarına rastlandığını belirtmiştir.

Alptekin (2011: 16), tarihle destanın yakın bir ilişki içerisinde olduğunu, her tarihi olay arkasında destanlar bırakmış, âşık, ozan, saz şairi veya halk şairi adı verilen insanlar tarafından önce söze, daha sonra da yazıya geçirildiğini ifade etmiştir. Demir (2006: 24)'e göre, destanlar, edebî bir tür olmakla beraber tarihin kırık dökük aynalarıdır. Bu türdeki yazılı metinler dikkatli bir şekilde incelendiğinde uzak geçmiş ile ilgili çok kıymetli malzemeler elde edilmektedir.

Âşık destanları yakın ve uzak geçmişimizde meydana gelen toplumsal olayları yansıtması yönüyle hem belgelerin kısıtlı olduğu dönemlerde bu açığı kapatarak tarih bilimine katkı sağlar hem de belgelerin aktardığı tarihi bilgiler dışında yaşanan olayların halka yansımalarını vermektedir. (Karakaş, 2014: 658)

Bu bağlamda cenknemeler, fikir, düşünce ve tarihi gerçeklikleri taşıyan toplumsal vesikalar olarak adlandırılabilir. Cenknemelerde birlik algısı ilk gaye olup, bireylere faydalı ve doğru bilgilerin verilmesi amaçlanmış, yazılan bu eserler tarihi mitolojik menkıbeler şeklinde anlatılmıştır. Bu eserlerde aktarılan menkabeler toplumların geçmişi, değer yargıları ve ideallerini okura sunması bakımından önemlidir. Aktarılan bu cenknemeler tarihi bir kökene dayanmakla

birlikte, asıl kaynağını toplumsal hayatın etkileri, yaşanan iç ve dış savaşlar vb. unsurlar neticesinde tarihten ziyade kültürel bir metne dönüşmüştür. Bunun yanında, Türklerin karakterleri gereği cenknâmelerde tarihî gerçeklerden uzaklaşmamaktadır. Bu sebepten dolayı, dil-üslup bakımından bu eserler halkın kullandığı sade dilin samimiyetini içermekte, sürükleyici içeriğinden ötürü okur tarafından zevkle okunmaktadır.

2. Kapsam ve Sınırlılıklar

Hız. Ali cenklerinde anlatılagelen belli başlı fantastik ve mitolojik öğelerin konu sınırlılığı içinde ele alındığı bu çalışmada Hız. Ali'nin adına bağlanan cenklerin Anadolu sahasına tezahürü ve uğradığı içerik değişimleri ele alınmış, Dede Korkut hikayelerindeki benzer motiflerle karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Epik destanlar, “Bir milletin ruhundan çıkmış olup millî benliği, değerler sistemini, yaşanan coğrafyayı aksettiren ve bir kahramanın etrafında oluşan uzun manzum” (Tural, 2000: 32-63), mensur ve manzum-mensur karışık eserlerdir. Bu eserler, bir milletin ruhundan çıktığı kadar söz konusu ulusal ruhu oluşturan, işleyip geliştiren entelektüel ve kültürel araç-gereçlerin de başında geldiğini ve onların yazılı kültür ortamı anlayışına göre göre oluşturulmuş ölü yazılı metinler olmasının ötesinde, destancı ve dinleyicisi arasında kurulan yüz yüze iletişim ortamında, geleneksel icra töresine göre teatral olarak icra edilen, sözlü kültürde değişime ve dönüşüme uğrayan ve içine dahil olduğu toplumun ritüel ve kültür özelliklerini bünyesine alan yapılarıdır. Bu bağlamda Hız. Ali cenknamelerinin barındırdığı fantastik öğeler karşılaştırmalı olarak Dede Korkut boylarındaki bazı ortak motif yapılarıyla karşılaştırılmış ve analiz edilmiştir. Hız. Ali cenknameleri üzerine yapılan birçok bilimsel yayın bulunmaktadır. Cenknamelerdeki bütün fantastik öğelere değinmek mümkün olmadığından, Hız. Ali'nin toplum tarafından kabul gören kahramanlıklarına, iyiliklerine, cihat yolunda gösterdiği olağanüstü başarılarına ve toplumun davranışlarıyla onu örnek aldığı manzum ve mensur metin içeriklerine yer verilmiştir. Cenknameler Fars ve Arap edebiyatında yer alan içeriklerden farklı olarak Anadolu sahası edebi metinlerinde değişim ve dönüşüme uğramıştır. Hız. Ali'nin devlerle savaşması ve kılıcıyla devlerin başını kesmesi gibi olağanüstü unsurlar, Dede Korkut Hikayeleriyle de benzerlikler göstermektedir. Aşağıda belli başlı benzerliklere değinilmiş ve bu içerikler kısaca analiz edilmiştir.

3. Hız. Ali Cenklerinde Tespit Edilen Bazı Fantastik Öğelerin Analizi

Türkiye sahası edebiyatında “destan” terimi ile “Oğuz Kağan Destanı” gibi millî destanları, “Aşık Garip” destanı gibi Türk halk hikayelerini, “Destan-ı Kırk Harami” gibi manzum masalları, “Destan-ı İmam Ali” gibi biyografik dini

romanları, “Düsturname” gibi vakayinameleri, halkı etkileyen ve büyük facialı olayları ve aşıklar tarafından uygun bulunan mevzuda meydana getirilen uzun hacimli şiirleri karşılamıştır. (Çobanoğlu, 2011: 14).

Çelebioğlu (1999: 376) cenknâmelerin dilinin diğer halk kitaplarının diline göre oldukça ağır olduğunu; ancak klâsik edebiyatın bütün özelliklerine sahip olmasına rağmen çok tabii ve halka yakın bir havası bulunduğunu ifade etmiştir. Cenknâmeler, dinî ve ahlâkî bilgi vererek halkı eğittiği gibi dilinin kalitesiyle de okunduğu dönemlerde halkın kültür seviyesine etki etmiştir. XIII. yüzyıl şairlerinden Dursun Fakı'nın kaleme aldığı cenknâmeler, bu türden eserlerdir.

Çetin (1997: 35-36)'e göre hikâyelerde nesir ve nazımın karışık olması, Oğuz Türklerinin Türkistan'dan beri sürdürdükleri bir edebî gelenek olarak kabul edilir. Nesir-nazım karışık olarak kaleme alınan cenknâmeler, hangi şekli yapı ve edebî yoldan gelmiş olursa olsun, Türk edebiyat tarihinde yerleşmiş ve yaygınlık kazanarak köklü bir gelenek haline gelmiştir. Bu itibarla nesir-nazım karışık cenknâmeler Türk hikâyeciliğindeki yerini almıştır.

Hz. Ali cenknâmelerinde tespit edilen manzum/ mensur mitolojik unsurlara ve Hz. Ali'yi tanımlayan bazı betimlemelere aşağıda değinilmiştir.

Atalan (2012)'ın ifadesine göre, Hz. Ali, fiziksel görünüşü itibarıyla aslana benzetilmektedir. Kan Kalesi Cengi'nde Hz. Ali'nin fiziksel tasviri bir çoban olan Ömer tarafından aşağıdaki gibi aktarılmıştır:

Heybetinden arslanlar kaçdılar. Âdem suretinde amma arslana benzer. Bir ata binmiş ol anın gözleri yıldırım gibi şakır. Gördüm bana bir korku düşdi. Bir ağaç dibinde gizlendim. Eser yel gibi revan olup gitdi. Var ise İmam-ı 'Ali oldur.

Cenknâmeler içinde zaten birçok olağanüstü motif karşımıza çıkmaktadır. Hz. Ali, zaman zaman olağandışı bir şekilde Allah ile konuşmaktadır:

Hakk Te'ala Hazretleri'nden nida geldi ki: 'Seni bu sudan asandır ya veli! Sana kudret kılıcını virdim, ey yar ki adı ma'lum ve meşhurdır Zülfikar'ı tut, ya Murtaza! Ey namudar! Kan Suyı'na çal Zülfikar'ı ki sehi.' Çün İmam-ı 'Ali, eşitdi. Ol merd Hüda'ya şükr-i Yezdan eyledi, turdı. Bir kez Murtaza suya adım eyledi. Hakk Celle ve 'Alanın kudreti ile Zülfikar'ı çalıcak ol namudara bir yol oldı kim, iki kişi yan yana gider. Çün İmam-ı 'Ali anı gördi. (Anonim, t.y.: 65).

Atalan (2012)'ın belirttiği bir diğer fantastik unsur ise; Hz. Ali'nin gayrimüslimleri korkutan ve kilometrelerce geriden duyulan narasıdır:

Zülfikar'ı çeküp İmamı 'Ali'nin eline virdi ve dahi İmam-ı 'Ali'nin na'resini Medine şehrinde Resül-i Ekrem kulağına değdi. Ashablarına eyitdi: 'Ey yarenler! İmam-ı 'Ali'nin avazın işitdiniz mi?' didi."

Hak Teala ana aslanum didi

Cümle kâfir fethini ana kodu

Nice yüz bin kâfire girer çıkar

Dine girmeyenlerün başı ceber

Hem anun bigi cihana gelmedi

Ol ne kıldığın kimesne bilmedi

Cân içinde Mustafa'nun cânudur.

Cenknâmeler içinde savaşçılığı ile ön planda olan Hz. Ali'nin gücü olağanüstü derecede olduğu için anlatılarda da olağanüstü şekilde düşmanı öldürmesi Atalan (2012) tarafından aşağıdaki gibi ifade edilmiştir:

İmam, Zülfikar'ı yalın idüp yigirmi dört kerre yüz bin kâfire nice girdiyise, heman aç kurt bir sürü koyuna nice girdi ise, öyle girüp kâfirlerin başını hazan yaprağı gibi dökerdi. İmam-ı 'Ali, kâfirleri kırdukça artardı. Bu minval üzere yedi gün, yedi gice cenk eyledi. İmam bu yedi gün yedi gice içinde bir lokma etmek yimedi ve su içmedi ve hem kâfirler öyle çoğaldı kim, hesabın Allah'dan gayri kimse bilemez ve kâfirlerin çokluğu İmam-ı 'Ali'nin 'aynına hiç girmezdi.

Cenkler dışında da Hz. Ali'nin olağanüstü insanlık vasıfları vardır ve Hz. Ali, 28 gün boyunca yemeden içmeden yaşayabilmektedir:

'Yarenler! Bugün yigirmi sekiz gündür ta'am yimedim ve su içmedim. Sizlerde hiç ta'am var mı? didi. (Anonim, t.y.: 87).

Atalan (2012)'ın belirttiği bir diğer fantastik ve olağanüstü unsur ise; Allah tarafından Hz. Süleyman'a verilmiş bir olağanüstü unsur olan hayvanlarla konuşabilme yetisidir. Cenknâmelerde bu yetenek Hz. Ali'nin de yapabileceği bir eylemdir ve Hz. Ali, Berber Kalesi Cengi'nde yılanlarla konuşmuştur:

Beni Hakk Te'ala gönderdi. Berber Kal'ası'nı almağa gelmişim. Ol senin hala karargâhınız olan yere çadır kurup konmak murad ider. İmdi Şah-ı maran, ol yerden göç eylesün ve hem imana gelsün ve Muhammed 'aleyhi's-selam-ı, hak peygamber bilsün. Leşkeriyle Müsliman olsun. Bizim dinimize rağbet eylesünler.

Hız. Ali savaşı esnasında heybeti ile gayrimüslimlere korku salmaktadır. Dış görünüşü itibarıyla heybetli olmanın haricinde, bu heybetini devam ettiren özelliklerden biri sesi duyulduğunda göğün yıkıldığını zannettiren narasıdır:

*Düşmeye varmış iken şöyle turur
Heybetile şöyle kim nara urur
Sandı kâfir üstine yıkıldı gök
Kalmadı kâfir içinde akıl öğ.
“... Dahi sağ elin sol böğrine koyub bir nara urdu ki, zemin ü âsmân lerzeye
düşdi, ol vilâyet güm güm itdi ...” (Atalan, 2012: 25).*

Hız. Ali'nin narasını duyan gayrimüslimler ve onların atlarının yüreği korkuyla dolar:

*Ali bir kez haykırur ol Şîr-i ner
Filler ürküb birbirin üstine döner
Narasında ol nicelerin aklı gider
Filler ıssını düşürüb helâk ider.
Hâverân-Nâme adlı Cenknâmede ise yedi başlı ejdere benzetilen Hız. Ali,
cesareti ile de arslanları korkutur.
Ali gelince arslanlar kaşışıp tağın içine gizlenir... (Atalan, 2012: 26).*

Olağanüstü olayların aktarıldığı cenknamelerde Hız. Ali; mucizevi gücü ve yetenekleriyle destan kahramanları gibi davranmaktadır. Cenknamelerde Hız. Ali'nin eylemleri, kafir illerine savaşa gitmesi ve topraklarını gayrimüslimlerden kurtarması gibi faydalı işlerin tümü, onun kişiliği etrafında birleşmiştir.

Bir başka cenkte ise Hız. Ali *Kan Kalesi* cenginde karşımıza çıkmaktadır ve olağanüstü kahramanlıklar göstermektedir. Anlatıda tezahür eden kötü karakterlerden olan devler Hız. Ali'nin fiziksel görüntüsüyle karşılaşınca şaşırırlar: “Dev misin? Peri misin?” diye soru sorarlar. Bir başka anlatıda ise dev canavarlar Hız. Ali'nin ihtişamlı cüssesi ve gücü karşısında korkup kaçmışlardır. Devlerin Hız. Ali'yi görünce kaçmaları onun ne denli güçlü ve heybetli bir kahraman olduğunun göstergesidir. Hikâyelerini *Şehnâme*'den bildiğimiz Rostem-i Zal da hemen hemen gerçekleştirdiği cenklerin tümünü devlerle yapmış ve onları mağlup etmiştir. Pehlivan denilince akla gelen ilk isimlerden biri olan Rostem-i Zal'ın güçlükle dövüştüğü devlerin, Hız. Ali'yi gördükten sonra korkup ortadan kaybolması, Hız. Ali'nin topluma Rostem-i Zal'dan daha kuvvetli bir pehlivan olduğunu göstermektedir.

Bu şekilde XIII. asırda oluşturulan ve Hız. Ali'nin cengaverliğini işleyen *Kesikbaş Destanı* bu mevzuda önem teşkil etmektedir. Hız. Ali'nin Kesikbaş'ı ve

beş yüz Müslüman'ı tutsak eden devi öldürmesi temalı bu destan örneğinde de görüldüğü üzere Hz. Ali cenknâmelerinin ana teması, fantastik savaşlar, kahramanlıklar ve bu vesileyle İslamiyet'in yayılmasıdır. Ayrıca eserlerin başlangıcında Allah, Hz. Muhammed ve daha sonra dört halife sıra ile ayırım yapılmadan anılmaktadır. (Ocak, 1989: 53)

Hz. Ali cenklerinden bir önemli cenkname konusu ise "Dastan-ı Ejderha"dır bu destan ve Hz. Ali'nin gösterdiği olağanüstü kuvvet ve kahramanlık mitolojilerdeki kahraman Tanrıları andırmakta ve Hz. Ali bu cenkte mitolojik ve fantastik birçok unsuru bünyesinde barındırmaktadır. Bu destanlarda halkın hayalinde ya da sözlü gelenek anlatılarında oluşturduğu imge ve hayal dünyası kahraman olarak gördükleri Hz. Ali'de can bulmuştur.

Gerçekleşen savaş destanda aşağıdaki şekilde tasvir edilmektedir:

Hz. Ali'nin nâra sesini duyunca ejderha başını kaldırır ve başını kaldırmasıyla dağı, taşı inletir. Onun bu heybeti karşısında gazilerden bazısı ata biner, bazısı kaçır, bazısı silahını bile atıp kaçır. Sadece Hz. Ali, Hz. Ömer, Hz. Osman ve Hz. Ebubekir kalır. Ancak bunlar da tedirgin bir hâldedir. Hz. Ali onlara hitaben:

"Hangi mü"min ejderhâ ile savaşırsa Allah ona yardım eder. Allah, bizi ölmek için yarattı. Ya bu uğurda ölelim ya ejderhayı öldürelim ya da kaçır kâfirleri kendimize güldürelim, Peygamberin yardımı benimle olsun." diyerek; salâvat ve tekbir getirerek zülfikârını çeker ve ejderhanın üzerine yürür. Melekler de "Allah Allah" nidalarıyla ona eşlik ederler. Hz. Ali ile ejderhanın savaşını görürler. Hz. Ali bir nâra atar. Narasından dağ, taş inler. Ejderha da bulunduğu yerden sendeleyip kalkır. Hıçkırmasıyla dağ, taş titrer. Kuyruğunu vursa Ali'yi ikiye bölecek güçtedir. Başını kaldırır Hz. Ali'yi tutmaya çalışır, ağzını açarak Hz. Ali'yi yutmaya çalışır. Hz. Ali ayağını bir taşın üzerine koyar. Üç kez kılıcını çeker ancak bir türlü alamaz. Ejderha Hz. Ali'nin zülfikârını alır. Hz. Ali, ne yapacağını bilemez bir hâldedir. Burada Hz. Ali'nin kılıcı iyi kullanmasına rağmen, ejderha karşısında güç duruma düşmesi, ejderhanın Allah'ın emri ile Hz. Ali'yi kesmemesi, ejderhanın devasa boyutu ve gücüne rağmen Hz. Ali'ye yetişen yardımlar dolayısıyla yenik düşmesi inancın inançsızlığa karşı galebesinin bir tezahürü olarak karşımıza çıkar. Bu durum destan içeriğinde şu şekilde belirtilmektedir. Ejderha zülfikârı çalmıştır, Hz. Ali'nin bir kalını bile kesmemesi için Allah, zülfikârâ emir vermiştir. Hz. Ali bir dava için bu savaşa gelmiştir. Geri dönmeyecektir. Zülfikârı çok iyi kullanmaktadır Hz. Ali, bu defa suç işlediğini ve cezalandırıldığını düşünür ve pişmanlık yaşar. Allah onun hatasını bağışlar ve Cebrail'e emir verir. Habibi'nin Hz. Ali'nin yardımına yetişmesi gerektiğini söyler. "Habibim Ali'ye şefaât eylesin." şeklindeki emrini Cebrail, Hz. Muhammed'e söyler söylemez Hz. Muhammed, atına binip ve Hz. Ali'nin yardımına yetişir. Gaziler onu görünce tekbir salâvat getirirler. Ona dua

ederler. Hz. Peygamber, Hz. Ali'ye rahat olması gerektiğini⁴¹ zülfikârı ejderhadan geri alıp ejderhaya cezasını vermesi gerektiğini söyler. Bunun üzerine Hz. Ali nara vurup, salâvat getirir ve zülfikârı alarak, ejderhayı ortadan ikiye böler. Gaziler bu durum sonrasında ejderhanın başını keserler. Kâbe şehrine getirip asarlar. Ve bu başarı neticesinde gerçek dinin Muhammed dini olduğunu ve düşmana karşı elde edilen zaferden dolayı zafer gününün bayram günü olduğunu belirtirler. Peygamberin ruhuna okuyucunun salâvat vermesi gerektiği ifadesi ile destan son bulur. (Maraşlı, 2014: 184-185).

Cenknameler Fars ve Arap edebiyatında yer alan içeriklerden farklı olarak Anadolu sahası edebi metinlerinde değişim ve dönüşüme uğramıştır. Hz. Ali'nin devlerle savaşması ve kılıcıyla devlerin başını kesmesi gibi olağanüstü unsurlar, Dede Korkut Hikayelerinin Dresten nüshasının 8. hikâyesi olan *Basat'ın Tepegöz'ü Öldürmesi Hikâyesi*'yle tür ve içerik olarak benzerlikler gösterebilmektedir, anlatının kısa kesiti Ergin (2014)'den alınarak aşağıda özetlenmiştir:

“Tepegöz Basat'ı mağaraya gönderir. Kendi kendisine inip çıkan bu keskin kılıcı Basat oku ile yere düşürür ve Tepegöz'ün boyununu vurur. Oğuz'a müjdecî gönderir. Beyler Salahana kıyısına gelip Tepegöz'ün kafasını ortaya getirerek şenlik yaparlar.

İbrayev, Türk epik destanlarının konularının ana hatlarıyla birbirine benzer bir yapıda olduğunu söylemiş ve bütün destan içeriklerinin destanlarda anlatılan kahramanın hayatının bir biyografisi olduğunu ifade etmiştir. Bu nedenle de mevcut faaliyetlerin baş kahramanın gidişatıyla doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir. Baş kahramanın bulunduğu yerde olay da vardır, hareket de bunun dışında kalan konulardan ara sıra bahsedilse de mevcut olayların ana noktasında sürekli olarak baş kahraman bulunmaktadır. (1998: 10)

Türk epik destan geleneğinde kahraman, kabilesini ya da halkını dış veya iç düşmanlara karşı koruyan, kendisiyle daha ana karnındayken söz kesilen; fakat, kızın babası tarafından kaçırılan sevgilisini veya eşini arayan, doğaüstü varlıklarla mücadele eden, boy birliğini sağlayan kendini aşmış bir insan olarak alperen yiğit tipidir. (Çobanoğlu, 2011: 341)

Dede Korkut Kitabındaki 12 anlatıda sadece dönemsel olaylar değil, Oğuzların (IX – XI. yüzyıl) yaşam şekilleri ve hayat felsefelerini de kapsadığı açık bir şekilde görülmektedir. Bu bağlamda eserde yer alan anlatılarda işlenen olaylar vasıtasıyla Türklerin hayat tarzları, inançları, kahramanlıkları, sosyo-

kültürel değer yapısı ve yaşanan olaylara nasıl tepki verdikleri okura aktarılmıştır.

Hz. Ali Cenknemelerinin Anadolu sahası sözlü kültür yapısına tezahürü sonrasında meydana gelen değişim tıpkı Türk destan geleneğinin en önemli eserlerinden biri olan Dede Korkut metinlerindeki dil, içerik ve üslup ile benzerlikler göstermektedir.

Hz. Ali'nin rakibini, atını ve toprağa değen kılıcı Cebrail'in durdurması gibi kuvvetini sembolize eden örnekler de mevcuttur:

Hz. Ali'nin cenknamede aktarılan birtakım özellikleri dikkat çekmektedir. Bunlar tarihi bir şahsiyet olan Allah'ın Arslan'ının yaşadığı olağandışı maceraların Hz. Ali nezdinde arkaik unsurlarla aktarılmasıdır. Hz. Ali'nin düşmanını Zülfikar'la atıyla beraber ikiye ayırması, hatta yere değen kılıcın Cebrail tarafından durdurulması olağanüstü unsurlardan bazılarıdır. (Nesai, 1999:2).

Destan kahramanının Azrail ile karşılaşması durumu Hz. Ali Cenknemeleri dışında Dede Korkut Hikâyelerinin Dresten nüshasının beşinci boyu olan *Duha Koca Oğlu Deli Dumrul*'un aktarıldığı hikâyede de görülmektedir. Hikâye, Oğuzlar'ın İslamiyet'le yeni tanışmaya başladıkları dönemi içine almaktadır. Hikâyede Azrail'i tanımayan Dumrul'un yaşadığı acı tecrübe ile Azrail'i tanınmasına ve anne babasının kendisi için canını vermemesine ama karısının fedakârlık yapmasına şahit olunmaktadır:

“Ey koca Deli!.. Bana ihtiyar diyorsun he mi? Halbuki ben nice ak sakallı yiğitlerin canını aldım Koca budala!.. Sen kendini bütün dünya ile haça çıkar sanırdın: “Azrail'i bir elime geçirsem öldürür, onun elinden, bugün ölen yiğidin canını kurtarırdım! diye öğünürdüm. İşte ben geldim, ben canlar alan Azrail'im... Senin de canını alacağım... Canını verir misin, yoksa benimle döğüşür müsün ?..” (Danışman, 1939: 125-126).

Devlerin Hz. Ali'den korkmaları ve ondan kaçmaları ile ilgili örneğe değinilecek olursa; hikâyelerde geçen kötü varlıklardan biri de devlerdir. Fakat Hz. Ali'yi fark edenler heybetinin karşısında şaşkınlıklarını gizleyemez: “Dev misin? Peri misin?” diye sorarlar. Bir başka hikâyede ise devler Hz. Ali'nin karşısında kaybolur. Devlerin Hz. Ali'yi görünce kaçmaları onun büyüklüğünü ve yüceliğini göstermektedir.

Billuru Azam Hz. Ali Devler Ülkesinde ve Maliki Ejder Cengi 'ndenki fantastik unsurlara değinecek olursak sıfat, betimlemeler arkaik özellikler aşağıda ve diğer cenklerde karşımıza çıkabilmektedir:

“...Hz. Ali, sahrada susuzluktan zor durumda olan askerlere yetişir. Onlara kendi mataralarından su verirler. Hz. Ali çabucak mağaraya girer. Akan kan insan

kanına benzememektedir. Çünkü rengi daha siyahtır. Geldiğini Malik'e haber vermek için nara atar. Devletlerin arasına girerek her saniyede on dev başı kesmektedir. Bir aralık fil'in yanına sokularak orada bulunan dev'e bir kılıç darbesi vurur dev ikiye bölünür. Bunu gören diğer devler kaçarlar, devletlerinin Öldüğünü ve kendilerinin kaçması gerektiğini söyleyerek kaçarlar. Geri dönen Hazreti Ali ve Malik yolda ayaklarından asılmış bir dev görürler. Dev'in üç bin yıldan beri orada bağlı olduğunu ve Hazreti Süleyman'ın bağlattığını söylerler.” (Anonim, 1963: 48).

İfritler ve olağanüstü yaratıkların tasvirleri bu cenkte de kendini göstermektedir. Hz. Ali olağanüstü güçleri ve okuduğunda zırh görevi gören dualar ile kötülere cezasını vermektedir:

“...İslam orduları susuz kalırlar, Malik ile Hazreti Ali su aramaya çıkarlar. Bir kuyuya rastlarlar. Kuyunun ağzına geldiklerimde içeriden saz sesleri geldiğini görünce şaşırırlar, biraz sonra saz sesleri susmuş feryatlar başlamıştır. Ali belinde kemendin ucunu aşağıya vererek aşağıya iner. Dibe indiğinde bir koridoru takip eden Hazreti Ali büyük bir salona gelir. Burada altından bir taht üzerinde korkunç bir ifrit oturmaktadır. Kedisi de yelesi olmak üzere dokuz şeklinde başı olan ifritin vücudunun aşağı tarafı da ejderha kuyruğu gibi yedi kuyruktan ibarettir. Pençeleri aslan pençesi biçiminde ayakları fil ayağı gibidir. Yanında bulunan bir başka ifrit onun kullanacağı kocaman bir güzü tutmaktadır. Hazreti Âli'nin üzerine saldıran ifrit elindeki güzü savurur. Güzüm yere değmesiyle kuyumun içimde bir alev payda olur. Alevlerin içinde kalan Hasreti Ali ismi Azam duasını okuyunca ateş söner. Kılıcın kesmediği dev bir aralık Zuba adında birini yardıma çağırır. Karşısında duran bakırdan bir sütun ve pençelerini bu sütuna dayamış tunçtan bir aslan heykeli görür bunun tılsım olduğunu anlar. Etrafını saran devler onun narasını duymunca Subağ mağarasındaki adam olduğunu anlayarak kaçarlar. İfrit Hazreti Ali'yi kuşağından tutup kaldırmak isterse de başaramaz. Hazreti Ali devi belinden tuttuğa gibi yere yatırır ve hançerini girtlağına dayar. Altı bin askere yetecek su ve Saadın nerede olduğunu sorar, bunun üzerine İfrit, asılı duran bir sandığı göstererek Saad'ın içinde olduğunu söyler. Sandığı açınca içinden Saad yerine alev fışkırır. Yavaş yavaş sönen alevin yerine ortada ağzından ve burnundan alevler fışkıran bir ejderha kalır. Hazreti Ali, ismi azam duasıyla siniri yok ettikten sonra ejderhayı kılıcıyla ikiye böler.” (Beyceoğlu, 1986: 150).

Hz. Ali cenklerinden bazılarında devler, ejderhalar canavarlar dışında farklı olarak kesik baş'ın da konuştuğu anlatıla gelmiştir:

H. Ali bir savaştan dönmüş, özlediği oğullarını bağrına basıp onlarla konuşurken, yakın arkadaşı Safvan içeri girerek, bir misafirin olduğunu söyler. H. Ali oğullarını dışarı çıkararak, misafirini kabul eder. Karşısında hümgür hümgür ağlayan, beyaz sakallı nurani yüzlü bir Kesikbaş gören H. Ali, hayretle gözlerini ovuşturur. Konduğu yere mihlanmış gibi duran Kesikbaş, başından geçenleri anlatır: Tayyi kabilesinin şeyhi ve hekimi olan Şeyh Abdullah, kendisini bir hastayı tedavi ettirmek için Zerrin Kalesi'ne götürdüklerini, daha sonra kendisini sık sık götürüp bu işi yaptırdıklarını anlatır. (Beyceoğlu, 1986: 312).

Bir diğer konuda ise ifritler ve şeytanlar mağarasındaki tasvirlerde olağanüstü varlıklar ve yaratıklar karşımıza çıkmaktadır.

İfritler Vadisinde;

Yol hazırlığı yapan H. Ali, çocuklarıyla vedalaşarak Döldüle biner. Beraberindeki beş yüz kişilik kuvvetin başına Ganim ile Kahtan geçerler. Medine'den ayrılan bu guruba, dişi bir devenin üzerinde duran Kesikbaş yol gösterir. Dördüncü gün, ifritler vadisinde ilerledikleri sırada, H. Ali, on kadar eşkıyanın saldırısına uğrar. Onları yenerek, arkadaşlarını ifritler vadisinden geçirir. Geceyi kılık bir yerde geçirdikten sonra, büyük, viran bir şehrin önüne gelirler. H. Ali, burayı görmek istediğini söyleyince munasip bir yerde konaklarlar. (Beyceoğlu, 1986: 313).

Şeytanlar Mağarası'nda;

...şehre hızla girerek H. Ali'yi soran adam H. Hasan ve Hüseyin vasıtasıyla onu bulur. Çölde giderlerken akşam olunca yorgunluktan besmelesiz uykuya yattıklarını, kendilerini uydudan tuhaf boynuzlu, kulaklı, uzun saçlı yaratıkların uyandırarak kamçularla kamçılıyıp götürdüklerini, tuhaf yerlerden geçtiklerini ve bir mağaranın kapısına geldiklerinde ayağının bir taşla değmesi sonucu besmele çektiğini acayip yaratıkların birden kaybolduklarını anlatır. H. Ali adamla birlikte bu mağaraya giderler fakat mağarayı bir türlü bulamazlar. Bunun üzerine orada besmelesiz konaklamaya karar verirler. Gece acayip adamlar onları uyandırır. Bu arada Döldül bunlardan birini yakalar. Adam işkenceden korkarak onları mağaraya götürür. Mağaraya girince orada bulunanlar tek tek görünmeye başlarlar. Bunların reisi bir tahtın üzerinde oturmuş elindeki kızgın şişlerle oynamaktadır. (Beyceoğlu, 1986: 389)

Kanlı Sahne; adlı cenknamede H. Ali'nin yaratıklar ve şeytan ile amansız bir savaşa giriştiği görülmektedir:

“...Hazreti Ali bunların arasına girerek Zülfikâr'la onları doğramaya başlar. Arap bu arada arkadaşlarının yanma gitmiş ve zincirlerle bağlı olduklarını görmüştür. Bir türlü zincirleri açamaz. Hz. Ali onun yanma gitmek için besmele çekince etrafındaki yaratıkların kaybolduğunu görür. Gördüğü bu rüyayı yorunca kendisine Peygamberin mühim bir vazife vereceğini öğrenir. Bu arada putun içindeki şeytan Hz. Ali'nin oraya geldiğini ve vakit varken tedbir almalarını ister. Bu işe Mafiz görevlendirilir.” (Beyceoğlu, 1986: 393)

“Hz. Ali Devler Diyarında” adlı başka bir macerada Hz. Ali devlerle savaşır ve onları alt eder, buna benzer devler ile alakalı ve doğüstü unsurlar içeren efsanevi ve fantastik yaratıklar ile mücadeleler vardır:

“...Gece yattığı bir sırada devlerin hücum ettiğini duyan Hz. Ali, dışarı çıkar ve onların birkaçını öldürür gerisi kaçar. Ertesi gün onların bulunduğu yere gitmeye karar verir. Üç gün yol oraya geldiğini görür. Kuyudan su içip çamurda debelenen bu devi yakalar. Bu devlerin bulunduğu yere giderler. Kuyunun içindeki devleri kuyunun ağzına taş doldurarak hapseder.” (Beyceoğlu, 1986: 397).

“Hz. Ali Devler Peşinde” adlı anlatıda bu defa görünmeyen varlıkları gösterten bir gözlük ile dokuz yüz yaşında bekçi karşımıza çıkmaktadır:

“Ali devlerin yerini öğrenebilmek için yola çıkar. Düşah giderken ona bir gözlük verir. Bu gözlükle görünmeyen şeyleri rahatlıkla görebilmektedir. Bulduğu yerleri tetkik ederken bir ihtiyar yaklaşır, buldukları derenin bekçisi olan bu adam vaktiyle bu bölgede yaşayan varlıkların padişahı olduğunu, devlerin herkesi öldürmesine rağmen kendisini bu derece bekçi yaptıklarını anlatır. Dokuz yüz yaşında olan bu adam üç yüz seneden beri bekçilik yapmaktadır. Alilsin geleceği kendisine malum olmuştur, ihtiyar ona bir çelik parçası verir. Bununla en kısık sesleri bile duyabilmektedir.” (Beyceoğlu, 1986: 400).

Kenklerde farklı olarak Hz. Ali Nuh'un tembih ettiği bir balığın sırtına binerek devler bölgesine gider ve farklı tasvirlerdeki devler ile mücadele ederek yine galip gelir. *Kubbe-i Mıknatıs cengi*'nde; denizde bir şapırtı duyan Hazreti Ali büyükçe bir balığın, Hazreti Nuh'un tufan zamanında buradan geçerken zamanı gelince hazreti Ali'nin buradan geçeceğini o zaman kendisinin onu sırtında geçirmesini söylediğini o günden beri beklediğini söylemektedir. Kendisine Ali'nin geldiği haber verildiği zaman maşırıkta olduğunu, yetişemediği takdirde Hazreti Hızır'ın gelip kendisini sudan geçirmesinden korktuğuna da ilave

etmektedir. Hazreti Ali balığın sırtına binerek karşıya geçerler. Balığın kendisine gösterdiği tepeye ilerleyen Hazreti Ali, aşağıya bakınca sahrada devlerin hep bir araya toplandıklarını görür. Aralarından birinin boyu minare gibi, başı arslan başı gibi yeleli, kuyruğu da saksagan kuyruğu şeklinde dev ile onun gibi olan suratı çok çirkin, siyah domuz başı gibi bir başı olan devin boynunda aradığı mücevherler asılıdır. Hazreti Ali bunun gelin olduğunu anlar. Devlerden biri Hazreti Ali'yi görerek, arkadaşlarıma Ali gelmiş diye haber verir. Sandığı geri vermeyeceklerimi söyleyen devlere hücum eden Hazreti Ali çoğumu öldürür kalanlar kaçarlar. (Beyceoğlu, 1986: 166) Hz. Ali devlerden sonra ejderhaları da kılıcı ile ortadan ikiye böler; Billur *Dağı Cengi*'nde, Kubbe yanmaktadır. Bu yangın bir mil mesafede bulunan kişileri bile sıcaklığından etkilediği halde yakınında bulunan ve devamlı ismi azam duasını okuyan Hazreti Ali'ye tesir etmez. Ateş sönünce içinden ağzından burnundan alevler saçan bir ejderha ortaya çıkar. Hazreti Ali bunu ikiye böler. Kubbe yıkıldıktan sonra ortaya çıkan demir bir sandık gören Ali bunun kilidi kırar. Açılan delikten devin biriken nefesi dışarı çıkar ve kendisini öldüremeyeceğini söyleyince Hazreti Ali, âyetelkürsi'yi okuyarak, kendisini Hazreti Süleyman'ın kılıcından başka kılıç kesmeyeceğini söyleyen dev sandıkla birlikte ikiye böler. (Beyceoğlu, 1986: 173)

Sonuç

Görüldüğü gibi Hz. Ali Cenknemelerinde birçok fantastik ve efsanevi unsurla karşılaşmaktadır. Anlatıların çoğu birbirini tekrarlamaktadır. Hz. Ali'nin rakibini ortadan ikiye bölmesi, dua okuyup karşısındakini etkisiz hale getirmesi, şeytanı alt etmesi, kötü ruhları, devleri, ejderhaları yenmesi gibi birçok olağanüstü unsur cenknemelerde bulunmaktadır. Cenknemelerin en önemli yazılış amacı, topluma dini, ahlaki, tarihi bilgiler verilerek insanların milli bilinç ve toplumsal değer yargılarına katkı sağlamasıdır. Buna ek olarak bu eserlerde dolaylı yoldan olsa da kişinin kendisine ve çevresine karşı sorumluluklarının bilincine varması, ahlaklı, erdemli ve doğru bir birey olunması için ne gibi değerlere sahip olması gerektiği verilen mesajlar vasıtasıyla okura aktarılmıştır. Kötü olabilecek eylemlerden sakınılması gibi öğütlerin ele alındığı bu cenknemelerde, insanlara İslami değer yargılarının öğretilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca bu eserlerdeki diyaloglarda, doğruluk ile faziletler hakkında olaylar cereyan ederken halk bilinçlendirilmektedir.

Birçok toplumda teknolojinin yaygınlaşmadığı dönemlerde sözlü gelenek ürünleri olan; halk hikayesi, masal, efsane ve destan gibi Türk halk edebiyatı türleri dilden dile geleneğin tesiriyle anlatılmaktaydı. Milletler bu efsane, masal ve hikayelerde değer verdikleri kişileri kutsallaştırarak onlara halk nazarında değerler ve kutsal kerametler addederlerdi. Bu minvalde cenknemeler

de faydalı ve kutsal bilgilere ek olarak, din büyükleri, peygamberler ve evliyaların olağanüstü karakterleri ve kerametleri etrafında anlatılagelmiş hikayelerdir. Bu kutsal ve keramet sahibi kişiler etrafında söylenegelen olağanüstü anlatılar daha çok gaza, cihat ve gazilik ile ilgilidir. Bu dönemde anlatılan cenknemeler, daha önceden oluşturulan İslam tarihi ile alakalı hikâye, destan ve efsanelerden etkilenmiştir. Hz. Ali'nin kahraman olduğu bu kahramanlık anlatılarında İslam'ın etkisi çok net olarak görebilmektedir. Ki bu içeriklerden anlaşılacağı üzere, Arap kültürüne ait dönemsel izler okurun karşısına sıkça çıkmaktadır. Cenknemeler ilk başta Farsça ve Arapça olarak yazılsa da Türkçeye çevrildikten sonra Türk kültüründeki yaşam tarzının ve halk kültürünün tesiriyle içerik ve üslup olarak orijinal Türk cenkname geleneği oluşmuştur. Yani, anlatılan içerikler Fars ve Arap sözlü geleneğinden etkiler taşısa da oluşum şekli İslami bir anlayışı, inancı merkeze koymaktadır. Böylece bu cenknemeler Türk edebiyatında dil ve içerik olarak değişse bile asıl merkezi İslam'ın öğretileri etrafında şekillenen anlatılar olarak varyantlaşmıştır. Cenknemelerde asıl konu İslam'ın değer yargıları ve doktrini etrafında vukuu bulan milli kahramanlık hikayeleridir.

Cenknemelerin tümünün tarihi olaylarla ilgisinin olduğunu söylemek mümkün değildir. Yukarıda görüldüğü gibi birçok abartı unsuru ve fantastik öğeler bu ürünlerin çoğunlukla hayal gücü mahsulü olduğunu okura gösterse de cenknemelerin en önemli fonksiyonlarından biri de toplumun moral ve motivasyonunun yüksek tutulmasını sağlamasıdır. İnsanları neşelendirirken, aynı zamanda öğretici fonksiyonu da cenknemelerin bir başka özelliğidir. Bu eserler toplumu tek ses altında birleştirip, ortak ülküye doğru ilerlemelerini sağlamaktadır. Cenknemeler eskiden benzer gayeler adına savaşmış kutsal kişilerin eylemlerinin, kahramanlıklarının ölümsüz hale getirilmesini amaçlamıştır. Bu tarihi kahramanların ölümsüzleştirilmesi toplum şuurunun gelişmesi ve fertlerin ülke hedefleri için bilinçlendirilmesini gaye edinmiştir.

Kaynakça

- Albayrak, N. (2004). *Ansiklopedik Halk Edebiyatı Terimleri Sözlüğü*. Leyla ile Mecnun Yayıncılık.
- Anonim, (1963), *Billuru Azam: Hz. Ali Devler Ülkesinde ve Maliki Ejder Cengi*. Halk Kitapçılık.
- Anonim, *Tarih-i Kal'a-i Kan Hazret-i 'Ali Cengi*, Nadir Kitap, Müellif, yayın tarihi ve müstensih kaydı yoktur.
- Alptekin, A. B. (2011). “Çukurovalı Âşıkların Dilinde 1974 Kıbrıs Barış Harekâtı, Türklük Bilimi Araştırmaları, S. 29, 15-26.
- Atalan, M. (2012). *Cenknâmelerde Hz. Ali'nin Yeri*. TDV İslam Araştırmaları Merkezi, (2), 7-29.
- Beyceoğlu, Ö. F. (1986). *Halk Kitaplarında Hz. Ali* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Boratav, P, N. (1983). *Folklor ve Edebiyat 2*. Adam Yayınevi.
- Çelebioğlu, A. (1999). *Türk Edebiyatında Mesnevî*, Kitabevi Yayınları. 33, 43-44
- Çetin, İ. (1997). *Türk Edebiyatında Hz. Ali Cenknâmeleri*, Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Çetin, İ. (2002). *Tursun Fakı, Hayatı, Edebi Şahsiyeti, Mesnevileri*. İlesam Yayınları, 76-77.
- Çobanoğlu, Ö. (2011). *Türk Dünyası Epik Destan Geleneği*. Akçağ Yayınları.
- Danışman, Z. (1939). *Deli Dumrul, Çocuk Mecmuası*, 3, (125-126), 6-11.
- Demir, N. (2006). “*Trabzon Yöresinde Destan Kültürü ve Tarihi Alt Yapısı*”, TURKISH STUDIES-International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 1/1, Summer 2006, www.turkishstudies.net, p. 24-44.
- Ergin, M. (2014). *Dede Korkut Kitabı*. Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Ergun, M. (1994). *Kazak Halk Akınlarında (Şairlerinde) Rüya Motifi*. Millî Folklor Dergisi, S. 23, s. 8-14.
- Firdevsi. (1956). *Şehnâme*, (çev. Necati Lugal). Maarif Vekâleti.
- Güvenç, A. Ö. (2013). *Halk Anlatılarının Yeniden Yazımı Sürecinde Basat'ın Tepegöz'ü Öldürmesi Hikâyesi*. Gece Kitaplığı.
- İbrayev, Ş. (1998). *Destanın Yapısı*. (Akt. A. A. Çınar). Ankara Kültür Merkezi Yayınları.
- Karakaş, A. (2014). *Sözlü Tarih-Folklor İlişkisi Bağlamında Üç Aşık Destanı*. TURKISH STUDIES-International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 9/6, Spring 2014, www.turkishstudies.net, p. 658.

- Maraşlı, S. (2014). *Ortaçağ Anadolu'sunda Süvari Konulu Tasvirler (11-14. yüzyıllar) [Yayımlanmamış doktora tezi]*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mattei, J, L. (2004). *Hz. Ali Cenknâmeleri*, Kitabevi Yayınları.
- Nesai. (1999). *Hadislerle Hz. Ali.* (Çev.) Naim Erdoğan. İz Yayıncılık.
- Ocak, A, Y. (1989). *Türk Folklorunda Kesik Baş*. Türk Kültür Araştırma Enstitüsü Yayınları.
- Şenel, S. (1994). *Âşık Edebiyatı ve Musikisinde Destan*, TDV İslâm Ansiklopedisi, C.9. TDV Yayınları.
- Tural, S. (2000). *Tarihten Destana Akan Duyarlılık*. Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.

19. Bölüm

Kurumsal Yönetim Yönünden Bankalarda Risk Alma Davranışları: Genel Bir Değerlendirme

Göktürk KALKAN¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi İslahiye İİBF İşletme Bölümü,
gkalkan@gantep.edu.tr, Orcid: 0000-0003-3631-8179

GİRİŞ

İş dünyasında risk önemlidir çünkü şirketlerin başarılı olmasına yardımcı olur. Bu nedenle şirketlerin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları belirsizlikler, iş riskinin ayrılmaz bir parçasıdır. Şirket ve faaliyetlerinin yürütülmesinden doğan risk ayrılmaz bir bütündür. Risksiz organizasyon yoktur. Kuruluş tarafından alınan ödüller, risk almanın karşılığıdır (IFC, 2012:5).

1980'lerden bu yana finansal piyasalardaki yenilikler ve finansın küreselleşmesi bankacılığın çehresini değiştirmiştir. Mevduat almak ve borç vermek olarak tanımlanabilecek geleneksel bankacılık, günümüzde bankacılığın sadece bir parçasıdır. Bankalar ayrıca finansal yenilikler, menkul kıymetleştirme ve gelişmiş türev bankacılığı ile gelirlerini geleneksel bankacılığın dışında artırmaya çalışmışlardır. Ancak bu durum, bankacılık sisteminin ve bireysel bankaların maruz kaldığı riskleri artırmış ve daha karmaşık hale getirmiştir.

Finansal piyasaların uluslararasılaşması ve liberalleşmesi finansal krizlerin yayılmasına katkıda bulunmuştur. 1990'ların sonundaki Asya krizinde ve 2007'de Amerika Birleşik Devletleri'nde başlayan ve ardından Avrupa'ya yayılan finansal krizde bankaların etkisi büyük olmuştur. Bankaların kullandığı oldukça karmaşık ürünler, bazı uzmanlar dışında herkes tarafından anlaşılabilir hale gelmiş, risklerin daha iyi azaltılmasına ve finansal olmayan risklerin belirlenmesine yönelik risk yönetiminin yetersiz olduğu değerlendirilmiştir (Van Greuning ve Bratanovic, 2009).

Bankacılık sektörü doğası gereği riskle iç içedir. Bu riskler, bankaların nakit akışlarını, kârlılıklarını ve sermayelerini olumsuz etkileyebilir ve bu da tüm bankacılık sektörünü tehdit edebilir (Kato, 2021). Bankalar kolayca ve hızlı bir şekilde risk alabilirler, ancak bu riskler yöneticiler ve yatırımcılar tarafından hemen fark edilmez. Örneğin bankaların verdiği kredilerin kalitesi hemen gözlemlenemeyebilir ve bu durum etkilenen kişilerden uzun süre saklanabilir. Bankalar ayrıca ekonomi için finansal olmayan şirketlerden daha büyük riskler oluşturabilir. Bu nedenlerle kurumsal yönetim özellikle bankacılık sektöründe önem arz etmektedir. Bankacılık sektörünün doğası ve işinin karmaşıklığı, mevcut bilgi asimetrisi ve banka yöneticilerinin kararlarını izlemek için paydaşların sınırlandırılması gibi yönetim mekanizmalarının zorluklarını artırmaktadır. Bankaların işlerinin karmaşıklığı, bankacılık sektörünün kendine özgü doğasıyla ilişkilidir ve bu durum, paydaşların bankalarını izlemesini zorlaştırır (Ramly & Basharahil, 2021).

Dewatripont ve Freixas (2012), 2007'de başlayan küresel finansal krizin ana sebeplerinden birinin finansal kurumların aşırı risk alma davranışlarını olduğunu ve finansal kurumların yapmış oldukları yatırımların risk düzeylerinin sağlıklı bir şekilde öngörülemediğini belirtmişlerdir. Aşırı risk alma düzeyi, finansal

kurumun şimdiki değerini düşüren bir düzeydir ve finansal kurum paydaşlarının bilmesi ve hesaba almaları gerekir. Aşırı risk alma, bankaların yüksek getiri sağlayan riskli girişimlere yatırım yapma kabiliyetini koruma avantajına sahiptir.

Bankacılık yönetiminin kalitesi ve risk yönetimi süreçleri, bankacılık sisteminin gelecekteki sürdürülebilirliği için özel bir öneme sahiptir. Bu iki temel alan, banka kurumsal yönetiminin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bankacılık sistemi, bir finansal krizde o kadar büyük bir rol oynuyor ki, düzgün yönetilmesi gerekiyor. Özellikle 2007 yılında başlayan mali kriz, bankacıların kârlı olmayan risk alma davranışlarına dikkat çekmiştir (Fortin, Goldberg & Roth, 2010).

KURUMSAL YÖNETİME KISA BİR BAKIŞ

OECD (2004)'e göre, "Kurumsal yönetim, bir şirketin yönetimi, yönetim kurulu, hissedarları ve diğer paydaşlar arasındaki bir dizi ilişkiyi kapsar. Kurumsal yönetim aynı zamanda, şirketin hedeflerinin belirlendiği bir yapıyı ortaya koymakta ve bu hedeflere nasıl ulaşılacağına ve performansının nasıl denetleneceğinin yollarını çizmektedir. Kurumsal yönetim makro ekonomik politikalarından, ürün ve faktör piyasalarındaki rekabet düzeyine kadar, şirketlerin faaliyetlerini biçimlendiren bir dizi unsurdan oluşan daha geniş bir ekonomik çerçeve içinde yer almaktadır. Kurumsal yönetimin çerçevesi, aynı zamanda yasal, düzenleyici ve kurumsal faktörlere dayanır." Kurumsal yönetim, yatırımcılar ve yöneticiler arasındaki çıkarların uyumlaştırılmasını ve dolayısıyla yatırımcıların çıkarlarının korunmasını amaçlayan bir dizi mekanizma olarak tanımlanabilir (Eling & Marek, 2014). Kurumsal yönetim, işletmeyle ilgili çıkarlara sahip olan bir tarafın diğer tarafın aleyhine çalışmasını önleyecek bir organizasyon yapısı oluşturabilmektir. Dolayısıyla kurumsal yönetim, temel olarak çıkar çatışmalarının azaltılması amacını taşır. Bunun yanında kurumsal yönetim sadece temsilcilik sorunlarını ele almakla kalmayıp, firmaların risklerini kontrol etmek için de kurulmuş bir dizi mekanizmadan oluşur (Ramly & Basharahil, 2021).

Kurumsal yönetim uygulamaları; sorumluluk, adalet ve eşitlik, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi temel ilkeler üzerine inşa edilmiştir. Sorumluluk ilkesi; şirketlerin hissedarları için değer yaratırken, topluma, yasalara uyum gösterecek şekilde faaliyet göstermelerini ve bunun için de yönetim kurullarının birinci dereceden sorumlu olmasıdır. Adalet ve eşitlik ilkesi ise, sadece hakim şirket hissedarlarının değil, bunun yanında azınlık hissedarlar ve diğer hak sahiplerine karşı eşit davranılması ve haklarının korunması durumudur. Şirketlerin kendileri ile ilgili her türlü önemli bilgiyi, yatırımcılarına ve topluma en doğru zamanda ve en doğru haliyle duyurmasıdır. Hesap verebilirlik ilkesi ise, şirketlerin yaptıkları

faaliyetlerinden dolayı paydaşlarına karşı hesap verme zorunluluklarının olmasıdır.

Ülkelerin içinde buldukları kültürel, kurumsal ve yasal altyapıları kurumsal yönetim sistemlerini şekillendirir (Weimer ve Pape, 1999). Özellikle sahiplik yapısı, yönetim kurulu sistemleri, sermaye piyasalarının işleyişi gibi özellikler farklı kurumsal yönetim sistemlerini oluşturur. Sahiplik yapısı açısından ele alındığında kurumsal yönetim sistemleri, yaygın dağılmış sahiplik yapısına göre dışarıdakiler sistemi, yoğunlaşmış sahiplik yapısına göre içeridekiler sistemi olarak da adlandırılabilirler (Maher ve Andersson, 2000).

Şirketlerin sahiplik yapılarının yoğunlaşmış ve dağınık olmasına göre oluşan bu kurumsal yönetim sistemleri coğrafi yönden de ele alındığında Anglo-Sakson ve Kıta Avrupası sistemleri olarak da adlandırılabilirler. Anglo-Sakson kurumsal yönetim sisteminin temel sorunu, hissedar çıkarlarının korunmasıdır. Çünkü bu sistemde sahiplik yapıları dağınık yapıdadır. Kıta Avrupası kurumsal yönetim sisteminde sahiplik yapıları yoğunlaşmış olarak karakterize edildiklerinden dolayı asıl mesele azınlık ve hakim hissedarlar arasındadır. Azınlık hissedarları hakim hissedarlar kadar şirket üzerinde kontrol gücüne sahip olmadıkları için, şirket yönetimlerini izlemeleri zor olur. Bu da azınlık hissedarları aleyhine bir ahlaki tehlikeye yol açar. Anglo-Sakson kurumsal yönetim sisteminin hakim olduğu Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık gibi ülkelerdeki şirket sahipliğinin ağırlıklı olarak dağılmış sahiplik yapıda olmasından dolayı, bu ülkelerdeki sermaye piyasaları ve şirketlerin kolay bir şekilde el değiştirebildiği şirket kontrol piyasaları çok gelişmiştir. Sermaye piyasalarını oluşturan menkul kıymet borsaları Anglo-Sakson kurumsal yönetim sisteminde daha etkindirler. Dış piyasalardaki yatırımcılar böylece, şirketleri daha kolay izleyebileceklerdir.

Banka Kurumsal Yönetimi

İyi yönetilen bankalar, yalnızca banka sahipleri ve yöneticilerinin değil, aynı zamanda bir bütün olarak tüm toplumu ilgilendirir. Bankalar faaliyetlerini gerçekleştirirken ağırlıklı olarak kendi özsermayelerinden çok, mevduatlar ve aldıkları borçlar gibi yabancı kaynakları kullanırlar. Bu durumda banka faaliyetlerinin risklerinin çoğu hissedarlardan ziyade mudilere ve bankaya borç verenler üzerine yüklenir. Mudiler ve borç verenler, bankayı yönetenler kadar kolaylıkla izleyemezler (Becht, Bolton ve Röell, 2011).

Banka kurumsal yönetimi finansal olmayan şirketlerin kurumsal yönetimine göre farklılıkları vardır. Bu farklılıklar; opak yapı ve banka düzenlemeleridir.

Opak Yapı

Opak yapı; bankaların gerçekleştirdikleri faaliyetlerin kolay bir şekilde görülebilmesi ve uzun süreler gizlenebilmesidir. Bu yapıda bankalar, risk pozisyonlarını çok rahat bir şekilde değiştirme yeteneğine sahiptirler. Bankalar vermiş oldukları kredilerle ilgili yaptıkları ters seçimden dolayı ortaya çıkan kötü müşterilere yeniden kredi vererek, hem banka riskinin artmasına katkıda bulunurlar hem de bu riski, hissedarlardan bankaya kaynak sağlayan dış yatırımcılara yönlendirebilirler (Levine, 2004).

Bankalarda opak yapıdan kaynaklanan bilgi asimetrisinden dolayı, 1) bankaya mevduat sağlayanlar ve bankaya borç verenlerin banka hissedarlarının ve yöneticilerinin faaliyetlerini izlemeleri kolay değildir, 2) Banka yönetimi ve büyük hissedarların, değeri maksimize etmektense şirket üzerindeki kontrollerini kullanarak başka faydalar elde etmeleri daha kolay olur (Caprio ve Levine, 2002).

Banka Düzenlemeleri

Hemen hemen tüm hükümetler bankaları düzenler ve denetler. Bunun nedeni, bankaların ülkenin ödeme ve kredi sisteminde önemli oyuncular olması ve bir veya daha fazla bankayla ilgili sorunların finansal sisteme veya diğer bankalara yayılabileceği korkusudur. Ayrıca, piyasalar da bankaları düzenlerler. Bankaların faaliyet gösterdikleri bir finansal sistem vardır. Bu finansal sistemin içinde yer aldığı piyasalar, bankaların birleşmeleri, piyasaya girişlerini ve tabi oldukları kurallar yoluyla bankaları düzenlerler. Firma düzeyinde bankaların yasal olarak düzenlenmelerinin, özellikle banka sahip ve yöneticilerinin risk alma davranışlarının aşırı olmasından dolayı ortaya çıkabilecek finansal sistemin istikrarına karşı bir potansiyel tehdit manasına gelen sistemik riski engellemede etkileri vardır (Ciancanelli ve Reyes-Gonzalez, 2000).

BANKACILIKTA RİSK ALMA DAVRANIŞLARI

Bankacılıkta risk alma davranışlarını etkileyen faktörler; bireycilik, hiyerarşi ve güven gibi kültürel ve finansal, yönetim ve kurumsal gibi kültürel olmayan faktörler olarak tanımlanabilir (Mourouzidou-Damtsa, Milidonis & Stathopoulos, 2019). Kurumsal yönetim perspektifinden banka risk alma davranışlarını; yönetici mali hakları, risk yönetimi, yönetim kurulu, piyasa disiplini ve sahiplik yapısı yönlerinden incelenebilir (Mehran, Morrison & Shapiro, 2011; Koerniadi, Krishnamurti & Tourani-Rad, 2014).

Yönetici Mali Hakları ve Risk Alma

Yönetici mali haklarının düzeyi ve şirket risk alma davranışı üzerindeki etkisi, 2007-2008 küresel finansal krizi sırasında, bankacılık ve finans literatüründe

kritik bir konu olmuştur. Yönetici mali hakları; tipik olarak taban maaş, yıllık ikramiye, hisse senedi opsiyonları ve uzun vadeli teşvik planları gibi bileşenleri içerir (Shah, Akbar, Liu, Liu & Cao, 2017). Yöneticilerin sahip olduğu mali haklar veya yönetsel teşvikler, yöneticilerin risk alma davranışlarını doğrudan etkilemektedir (Koerniadi vd., 2014:Guo, Jalal & Khaksari, 2015).

Temsilcilik teorisi bağlamında, yönetici mali hakları hissedarların çıkarlarını yöneticilerin çıkarlarıyla uyumlu hale getirerek potansiyel temsilcilik sorunlarının üstesinden gelmeye yardımcı olan önemli bir araç olarak görülmektedir. İyi çeşitlendirilmemiş yöneticilerin servetlerinin büyük bir kısmı çalıştıkları şirketin yaşamasına bağlı olduğu için risk alma konusunda görece daha isteksiz olmaları beklenebilir. Çünkü yöneticilerin risklerini dağıtmak için, çeşitlendirilmiş portföyler tutarak risklerini kolayca çeşitlendirebilen hissedarlara kıyasla sınırlı fırsatları vardır. Bu nedenle, yöneticileri büyüme potansiyeli olan ve gelecekte daha yüksek getiri sağlayan daha riskli projeler üstlenmeye teşvik etmek için hissedarlar, yöneticilerin çıkarlarını hissedarların çıkarlarıyla ilişkilendirmeyi amaçlayan hisse senetleri ve opsiyonlarla yöneticileri tazmin eder (Shah vd., 2017). Finansal bir acil durum veya başarısız bir proje, bir yöneticinin iş piyasasındaki itibarına zarar verebilir. Bu gibi durumlarda, yöneticiler risk almaya hissedarlardan daha az eğilimlidir çünkü kaybedecekleri daha çok şey vardır (Byrd, Parrino & Pritsch, 1998:16-17).

Profesyonel yöneticiler yaptıkları işlerde hissedarlara göre daha uzmandırlar. Bu durum yöneticilerin şirketi kontrol etme gücünü ellerine geçirmelerine sebep olur ve yöneticiler daha çıkarıcı davranışlar içine girebilirler. Bu ahlaki tehlikeyi engelleyebilecek çözümlerden birisi de, yöneticilere yeterli mali hakların tanınmasıdır.

Yöneticilere sunulan mali hakların aşırı düzeyde olması, yöneticileri daha başlarına buyruk davranmalarına yönlendirebilecek fırsatları ortaya çıkarabilir. Örneğin, yöneticiler maaşlarını artırabilmek için muhasebe hesaplarıyla oynayarak hissedarları yanıltabilirler (Shleifer ve Vishny, 1997). Geliri şirket performansına dayalı olan bir yönetici, mali yetkileri yalnızca maaşa dayalı olan bir yöneticiden farklı risk davranışı sergiler. Hisse senedi fiyatlarına bağlı performansa dayalı teşviklerin olması, yöneticilerle hissedarların çıkarlarının uyumlaştırılması için atılacak önemli adımlardan biri olacaktır. Ancak opsiyonlu bu ödemeler yöneticilerin daha fazla risk almalarına yol açabilir (Devriese, Dewatripont, Heremans & Nguyen, 2004).

Mehran vd., (2011), mali hakların 2008 küresel krizinin ana nedeni olduğunu ve bankaların kaldiraç oranlarının çok yüksek olması nedeniyle, idari ödeme yapılarının borç verenlerin risk almalarını artırdığını ve hissedarlar için değer yarattığını savundular.

Banka büyüklüğü ile yönetici mali hakları arasında güçlü bir ilişki vardır. Mevduat sigortası sistemi, şirketlerin büyümesine ve büyüklüğüne ve dolayısıyla bankacılık sisteminin yönetici mali haklarına katkıda bulunur. Ayrıca banka yönetim kurulları, mali hakların ödeme gücü ve sermaye yeterliliği üzerindeki etkisini dikkate almalı ve bankalar risk alma faaliyetlerini içselleştirmelidir. Mali haklarının çoğunu kısa vadeli performansa dayalı olarak alan yöneticilerin daha riskli yatırım projeleri izlemesi ve banka kaldıracını artırması daha olasıdır. Diğer taraftan, uzun vadeli performansa dayalı mali teşvikler, yöneticilerle hissedarlar arasındaki temsilcilik maliyetlerini azaltma yollarından biri olabilir. Yönetimin finansal bir hak olarak hisse senetleri yerine banka hisseleri üzerinde opsiyon sahibi olması yönetimin risk alma isteğini artırabilir (De Haan ve Vlahu, 2013).

Risk Yönetimi ve Risk Alma

2008 küresel finansal krizinin en büyük şoklarından biri uygulanan risk yönetimi tekniklerinin başarısızlığı olmuştur. Şirketler riski genel olarak bir bütünlük halinde değil de, ürün veya bölüm bazında yönetmişler ve yönetim kurulları da şirketin karşı karşıya olduğu risklere çok az ilgi göstermişlerdir. Nihayetinde, kurumsal yönetim anlamında risk yönetimi birçok finans firmasında başarısız olmuştur (OECD, 2009). Risk yönetimi fonksiyonu, maruz kalınan risklerin ölçülmesinden ve izlenmesinden sorumludur. Literatürün çoğu, risk yönetiminin aşırı risk almayı azaltması gerektiğini savunur, bu da her kurumun hissedarların değerini maksimize eden bir optimal risk profili seçtiğini ima eder (Ellul, 2015).

Teorik olarak, iyi bir kurumsal yönetimin iyi bir risk yönetimi anlamına geldiği iddia edilebilir. Farklı kurumsal yönetim kodları, etkin risk yönetiminin yönetim kurulunun temel sorumluluklarından biri olduğunu göstermektedir. Özellikle bankacılık gibi karmaşık sektörlerde risk yönetimi uygulamalarının iyi kurumsal yönetim uygulamalarıyla desteklenmesi gerektiği genel olarak kabul edilmektedir (El-Masry, Abdelfattah & Elbahar, 2016).

İyi yönetim, bankanın hissedarları için doğru miktarda riske sahip olduğu anlamına gelir, daha az risk anlamına gelmez. Bankanın yapması gereken önemli işlerden birisi de, banka içinde alınan riski ölçmek ve riskten korunma yoluyla kontrol etmektir (Stulz, 2014). 2007 küresel finansal krizin ortaya çıkma sebeplerinden biri olarak, bankalardaki risk yönetim bölümlerinin, bankaların aşırı risk almalarını önleyememesi durumunun olduğu kabul edilir. Bankalardaki risk yöneticilerinin ya riskleri belirlemede ya da doğru bir şekilde ölçmede başarısız oldukları ya da maruz kalınan riskleri üst yönetimlerine iletmede başarısız oldukları ya da riskleri yeterince izlemede ya da yönetmede başarısız oldukları ileri sürülmektedir (Ellul & Yerramilli, 2013).

Entegre risk yönetimi süreçlerinin nihai hedefi, firmanın risk alma faaliyetlerini geliştirmek ve optimize etmektir (Ittner & Keusch, 2015). Kurumsal yönetim kuralları, yönetim kurulunun risk yönetimini denetlemesini gerektirir. Bu nedenle risk yönetimi, etkili ve ihtiyatlı yönetimi teşvik etmek ve temsilcilik maliyetlerini sınırlamak için bir araç olarak nitelendirilebilir. (Rose, 2010).

Yönetim Kurulu ve Risk Alma

Şirket yönetim kurulu, yönetim ve hissedarlar arasındaki temsil sorununu hafifleten temel bir yönetim mekanizmasıdır. Aslında, üst yönetimi işe alan/kovan, idari tazminat paketini tasarlayan ve neredeyse tüm önemli mali kararları onaylayan yönetim kuruludur (Huang & Wang, 2015). Yönetim kurullarının, özellikle üst düzey yönetimin gözetiminde kurumsal yönetimde önemli bir rol oynadığı düşünülmektedir. Kurul üyelerinden yönetimin eylemlerini denetlemesi, tavsiyelerde bulunması ve uygunsuz kararları reddetmesi beklenir (Weisbach, 1988:431).

Banka yönetim kurullarının güvene dayalı sorumluluğu önemlidir, çünkü sadece hissedarları değil aynı zamanda mevduat sahiplerini ve yasa düzenleyicilerini de kapsar. (Macey ve O’Hara, 2003). Mevduat sigortası sisteminin varlığı ahlaki tehlike yaratır ve banka hissedarlarını daha fazla risk almaya teşvik eder. Bu nedenle, güçlü bir banka yönetim kurulunun, bankanın risk almasıyla olumlu bir şekilde ilişkili olması muhtemeldir (Pathan, 2009). BCBS (2006), bankaların bağımsız yönetim kurulu üyelerine sahip olması gerektiğini ve bu yöneticilerin “etkin yönetim ve gözetim sağlamak” için bankanın temel finansal işlemleri hakkında yeterli bilgiye sahip olması gerektiğini vurgulamıştır.

İyi çeşitlendirilmiş hissedarlar, yöneticilere riskli yatırımlar yapmaları konusunda tavsiyelerde bulunacak bir yönetim kurulu isteyeceklerdir. Düzenleyiciler, belirli yatırım ve davranış türlerine sermaye gereksinimleri ve kısıtlamalar getirerek bu risk alma teşviklerini hafifletmeye çalışır. Bağımsız yönetim kurulu üyeleri aynı zamanda düzenleyicilerin ve mevduat sahiplerinin çıkarları doğrultusunda hareket ediyorsa, yönetim kurulu bağımsızlığı daha az risk almayla ilişkilendirilecektir (Minton, Taillard & Williamson, 2011). Younas, Klein, Trabert & Zwergel (2019), bağımsız yönetim kurulu üyelerinin oranı arttıkça risk almanın önemli ölçüde azaldığını ve bu nedenle, bağımsız yöneticilerin varlığı, Enron veya WorldCom'da olanlar gibi finansal skandalların önlenmesine yardımcı olabileceğini ileri sürmektedirler.

Bağımsız yönetim kurulu üyelerinin yer aldığı yönetim kurulu, profesyonel yönetimleri daha yakından izleyebilir. Böylece, yöneticilerin risk alma davranışları kısıtlanabilir (McNulty, Florackis & Ormrod, 2012:). Daha büyük

yönetim kurulları daha az risk alırlar çünkü büyük karar alma grupları bir konu üzerinde kolayca fikir birliğine varamazlar. Risk alamama, şirketlerin uygun fırsatlardan yararlanmasını engeller ve etkinliklerini baltalar (Nakano ve Nguyen, 2012).

Piyasa Disiplini ve Risk Alma

Piyasa disiplini, banka sahipleri ve yöneticilerinin sigortasız mevduat sahiplerine ve bankanın alacaklılarına karşı ahlaki tehlike davranışını benimsemelerini engelleyebilecekleri bir mekanizmayı ifade eder (Belkhir, 2013). Sınırlı sorumluluk, mevduat sigortaları gibi ahlaki tehlikeye yol açabilecek mekanizmaların olması banka sahiplerinin/yönetimlerinin aşırı risk alma davranışlarına yöneltebilir. İyi işleyen bir piyasa disiplini, bankaların bu aşırı risk almalarını düşürebilir (Kato, 2021). Piyasa disiplini ve bankaların risk iştahı ve profili, düzenleyici kurumlara ve tüm piyasa katılımcılarına sunulmaktadır. Piyasa disiplini, kurumsal yönetim ilkelerinden biri olan şeffaflık ilkesinin geliştirilmesi için çok önemli bir araç olarak görülmektedir. Açıklama veya bilgilerin sadece kapsamı değil, içeriği de önemlidir (Candan ve Özün, 2009:419).

Özellikle bankaların risk davranışlarının borç verenler tarafından etkin bir şekilde değerlendirilmesi konusu piyasa disiplininde önemli rol oynamaktadır. Çünkü bir borç veren için en önemli şey anapara ve faizi geri ödemektir. Bankanın alacaklıya sağlıklı bir şekilde geri ödeme yapması, bankanın genel mali yapısının sağlamlığı ile ilgilidir. Finansal yapıları bozabilecek davranışlardan biri de bankaların aşırı risk alma eğilimleridir. Aşırı risk alma, bankanın ana hissedarlarını ve banka alacaklılarını sömüren bir ahlaki tehlike sorunu yaratır. Bu durumda, borç veren para kaybetme riskiyle karşı karşıyadır. Bu nedenle piyasa disiplini, bankaların risk almanın gerçek maliyetini üstlenmelerini isteyerek, bankacıların aşırı risk almalarından kaynaklanan ahlaki tehlike sorununu hafifletmelidir (Freixas ve Rochet, 2008:335).

Piyasa güçleri, firmaların aşırı risk almasını engelleyen mekanizmalara sahiptir. Borç verenler, verdikleri borçların geri ödenmeme riskine karşılık daha yüksek faiz oranları uygular, böylece daha riskli kurumlara fon sağlamanın maliyeti artar ve risk alma teşviki azalır. Ancak bu piyasa mekanizmasının bankacılık sektöründeki etkinliği sınırlıdır. Bunun nedeni, ulusal mevduat sigortasının mudileri olası sorunların sonuçlarından korumasıdır. Bu, banka hissedarlarının risklerini artırma isteklerini artırmaktadır. (Lee, 2002:989). Bankalar, kendi çıkarlarını korumayı amaçlayan piyasa katılımcılarının toplu gücü tarafından disipline edilir veya cezalandırılır. Böyle bir piyasa disiplini, bir

bankanın karar verme sürecini daha güvenli bir konuma getirebilir (Hoang, Faff & Haq, 2014).

Aşırı risk almayı engellemek piyasa disiplini ve denetiminin sorumluluğundadır. Teorik olarak, şirketler piyasaya ve düzenleyicilere doğru bilgi sağlamalıdır. Bu bilgi aktarımı, 2008 krizini anlamada en önemli etkenlerden biriydi. Özellikle, menkul kıymetleştirilmiş varlıklar ve teminatlandırılmış borç yükümlülükleri belirsizlik yaratmış ve krizin ilk aşamasını etkilemiştir. Ayrıca, sorunlu bankaların kurtarılması, başka bir piyasa disiplini biçiminin sonucu olarak aşırı risk alınmasına neden olabilir (Dewatripont ve Freixas, 2012:2). Freixas ve Laux (2011)'e göre, fonların sağlıklı bir yöne yönlendirilmesine ve aşırı risk alan kurumların cezalandırılmasına hizmet eden Basel II'nin 3. Sütunu olarak bilinen piyasa disiplini, kriz devam ederken gözle görülür şekilde artan bir inceleme altına girdi. Ayrıca, teoride daha yüksek piyasa faiz oranlarının fonlamaya sınırlı erişimi olan bankaların risk iştahını azaltması gerekirken, pratikte piyasa tepkisi bankaların tasfiyesine yol açabilir. Ayrıca, mevcut bankacılık krizindeki piyasa disiplini, finansal sistemin likidite elde etme yeteneğini elinden almıştır. Bankaların risk almalarında piyasa disiplininin sağlanamamasının nedeni, bankalara ilişkin bilgilerin piyasadan toplanmasını sağlayacak mekanizmaların olmamasıdır.

Sahiplik Yoğunlaşması ve Risk Alma

Sahiplik yoğunlaşması; hakim hissedar olarak bilinen bir hissedarın şirketin mülkiyetinin çoğunluğuna sahip olduğu, geri kalanının ise azınlık hissedarlara ait olduğu durumu ifade eder. Bir şirketin hisselerinin çoğunluğuna nispeten az sayıda hissedar sahip olduğunda, o şirketin sahipliği yüksek oranda yoğunlaşmıştır (Çıtak, 2007; 231).

Firmalarını kontrol etme yetenekleri nedeniyle, büyük (baskın) hissedarlar, karlarını maksimize etmek için bilgi toplama ve yöneticileri takip etme yönünde güçlü bir teşvike sahiptir (Shleifer ve Vishny, 1986). Küçük yatırımcılara kıyasla hissedar toplantılarına daha sık katıldıkları ve yoğun oy kullanma avantajına sahip oldukları için, büyük hissedarlar iş kararlarını ve sonuç olarak risk almayı etkileyebilir (Eling & Marek, 2014).

Sahiplik yoğunlaşması artması, şirketlerde sahiplerin daha fazla risk almaları için güçlü bir teşvik haline gelebilirler. Hakim hissedarlar, yöneticileri daha yüksek kar elde edebilmeleri için zorlayabilir, böylece yöneticiler daha karlı projelere yönelebilirler. Bununla beraber özellikle yöneticilerle hissedarlar arasındaki çıkar çatışmalarından kaynaklanan temsilcilik sorunları, sahiplik yoğunlaşmasının sahiplerin yöneticileri izleyebilmeleri ve disipline edebilmelerine yol açmasından dolayı azaltılabileceğinden, yöneticilerin daha

fazla risk almaları kolaylaşacaktır (Martínez & Ramírez Gómez, 2011:Beck, Hesse, Kick & von Westernhagen, 2009). Ancak, Hissedarlar için yasal korumanın zayıf olduğu ülkelerde, hakim hissedarlar daha muhafazakar projelere girerek risklerini azaltmak isteyebilirler. Yasal korumanın daha iyi olduğu ülkelerde ise hakim hissedarlar, daha fazla risk alma davranışı içine girebilirler (John, Litov & Yeung, 2008).

Şirket hakim hissedarlarının yatırımcı olarak portföylerinin çeşitlendirilmiş veya çeşitlendirilmemiş olması durumu da risk alma davranışlarını etkileyebilir. Hakim hissedarların servetlerini tek bir şirkete yatırıp portföylerini çeşitlendirmemiş olmaları durumunda, daha fazla muhafazakar projelere yatırım yapıp, risk almaktan kaçınacaklardır. Diğer taraftan, portföy çeşitlendirmesine sahip hakim hissedarlar ise daha fazla risk alma davranışları sergileme olasılıkları artacaktır (Paligorova, 2010:Faccio, Marchica & Mura, 2011).

Mevduat sigortası sisteminden dolayı, banka hakim hissedarları yöneticileri daha fazla risk almaları için baskı altına alabilirler. Mevduat sigortası sisteminin doğasında var olan ahlaki tehlikeler nedeniyle banka hissedarlarının risk almaya teşvik edildiği bilinmektedir. Bu durumda azınlık hissedarlar aşırı riske maruz kalmakta ve aşırı risk almaktan hakim hissedarlar kadar faydalanamamaktadır (Haw, Ho, Hu & Wu, 2010).

SONUÇ

Son zamanlarda dünya genelinde küreselleşmenin hızla artması, finansal piyasaların birbirleriyle bütünleşmesi ve bağımlı hale gelmesi, ülke ekonomilerini dış etkenlere karşı çok hassas ve açık hale getirmiştir. Bunun yanında iletişim teknolojisinin çok gelişmesi ve ulaşım olanaklarının artması, dünya ticaret düzeyini artırmış ve firmalar arası rekabet çok yoğun bir hale gelmiştir. Rekabet, firmaların kolay kar elde etmelerini zorlaştıran bir durum olduğu için firmalar karlarını artırabilmenin yollarını arar hale gelmişlerdir. Bu durum bankacılık sektörü için de geçerlidir. Bankacılık sektörü reel sektörün ihtiyaç duyduğu finansı en doğru ve en etkin bir şekilde tahsis etmek işlevine sahiptir. Bankalar da karşılaştıkları rekabetten bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle geleneksel bankacılıktan, türev araçlar gibi yeni finansal varlıklar yoluyla karlarını artırmaya çalışmaktadırlar. Bankalar bu geleneksel olmayan faaliyetleri ile risklerini daha da artırmışlardır.

Bankalar opak yapılardır. Sonuç olarak, banka faaliyetleri kolayca gözlemlenemez. Opak yapılar bilgi asimetrisine yol açar. Bilgi asimetrisinin neden olduğu ters seçim ve ahlaki tehlike sorunları nedeniyle, bankalar finansal krizlerin önemli bir nedenidir. 2007 yılının ortalarında ABD'de yaşanan küresel mali kriz bu duruma iyi bir örnektir.

Bankacılık faaliyetleri doğası gereği risk ile karakterize edilirler. Risklerin entegre bir biçimde yönetileceği bir risk yönetim sistemi kurulmalıdır. Risk yönetim sisteminin amacı, riski sıfırlamak değildir. Yüksek risk, yüksek ödül demektir. Yüksek riskli projelerin, yüksek getirili olmaları beklenir. Daha düşük risk, daha yüksek riskli değerli yatırımlardan ve faaliyetlerden kaçınmak anlamına geldiğinden, riski azaltan önlemler almak hissedarlar için maliyetli olabilir. Bu nedenle, hissedarlar açısından daha iyi risk yönetimi, genel olarak riski azaltmada daha etkili risk yönetimi anlamına gelmez çünkü genel olarak riski azaltmak, değerli projeleri almamak anlamına gelir. Şirketler karlarını artırabilmek için riskli projelere yatırım yaparak, aşırı risk alma davranışlarında bulunabilir.

Opak yapıları, oluşan bilgi asimetrisi, sınırlı sorumlulukları ve mevduat garantileri gibi mekanizmalar, banka sahipleri ve yöneticilerinin aşırı risk almalarına yol açarak bankaları ahlaki tehlikelere çok açık kuruluşlar haline getirirler. Bankalar ağırlıklı olarak sahiplerinin kendi özkaynaklarından çok, bankaya mevduat yatıranların ve kredi verenlerin kaynaklarını kullanırlar. Bu durumda, riskler dış yatırımcıların üstüne yüklenmiş olur ve dış yatırımcıların sömürülme durumu ortaya çıkar. Bu ahlaki tehlikenin hafifletilebilmesi için banka sahipleri ve yönetiminin çok iyi izlenmeleri gerekmektedir.

Opak yapı, bilgi asimetrisi, sınırlı sorumluluklar ve mevduat garantileri banka sahiplerine çok büyük avantajlar ve rahat hareket alanı sağlarlar. Bu mekanizmalar yardımıyla banka sahipleri yöneticileri daha fazla risk almaları için baskı altına alabilirler. Bu davranışların dizginlenebilmesi için yönetim kurulları, yöneticilerin mali hakları, risk yönetimi, piyasa disiplini ve sahiplik yoğunlaşması gibi kurumsal yönetimi oluşturan sütunların çok doğru ve etkin bir biçimde oluşturulmaları ve yönetilmeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- BCBS, 2006. Enhancing Corporate Governance for Banking Organizations, Bank for International Settlements, Basel.
- Becht, M., Bolton, P., & Röell, A. (2011). Why bank governance is different. *Oxford review of economic policy*, 27(3), 437-463.
- Beck, T., Hesse, H., Kick, T., & von Westernhagen, N. (2009). Bank ownership and stability: Evidence from Germany. WP, Deutsche Bundesbank.
- Belkhir, M. (2013). Do subordinated debt holders discipline bank risk-taking? Evidence from risk management decisions. *Journal of Financial Stability*, 9(4), 705-719.
- Byrd, J., Parrino, R., & Pritsch, G. (1998). Stockholder–manager conflicts and firm value. *Financial Analysts Journal*, 54(3), 14-30.
- Candan, H., Özün, A., 2009. Bankalarda Risk Yönetimi ve Basel II, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş II. Baskı, İstanbul, 472s.
- Caprio, G. and R. Levine, 2002. Corporate governance of banks: Concepts and international observations. Paper Presented at the Global Corporate Governance Forum Research Network Meeting, Mexico City, April 5.
- Ciancanelli, P., & Reyes-Gonzalez, J. A. (2000). Corporate governance in banking: A conceptual framework. Available at SSRN 253714.
- Çıtak, L. (2007). The Impact of Ownership Structure on Company Performance; A Panel Data Analysis on Istanbul Stock Exchange Listed (ISE-100) Companies. *International Research Journal of Finance and Economics*, 9, 231-245.
- De Haan, J., & Vlahu, R. (2016). Corporate governance of banks: A survey. *Journal of Economic Surveys*, 30(2), 228-277.
- Devriese, J., Dewatripont, M., Heremans, D., & Nguyen, G. (2004). Corporate governance, regulation and supervision of banks. *Financial Stability Review*, 2(1), 95-120.
- Dewatripont, M., & Freixas, X. (2012). The crisis aftermath: New regulatory paradigms.
- Eling, M., & Marek, S. D. (2014). Corporate governance and risk taking: Evidence from the UK and German insurance markets. *Journal of Risk and Insurance*, 81(3), 653-682.
- Ellul, A. (2015). The role of risk management in corporate governance. Kelley School of Business Research Paper, (15-81).
- Ellul, A., & Yerramilli, V. (2013). Stronger risk controls, lower risk: Evidence from US bank holding companies. *The Journal of Finance*, 68(5), 1757-1803.

- El-Masry, A. A., Abdelfattah, T., & Elbahar, E. (2016). Corporate governance and risk management in GCC banks. *Corporate Ownership and Control*, 13 (3), 8–16.
- Faccio, M., Marchica, M. T., & Mura, R. (2011). Large shareholder diversification and corporate risk-taking. *The Review of Financial Studies*, 24(11), 3601-3641.
- Fortin, R., Goldberg, G. M., Roth, G., 2010. "Bank Risk Taking at the Onset of Current Banking Crisis", *The Financial Review*, 45, ss. 891-913.
- Freixas, X., & Laux, C. (2011). Disclosure, transparency, and market discipline. Available at SSRN 1964321.
- Freixas, X., Rochet, J. C., 2008. *Microeconomics of Banking*, The MIT Press, Second Edition, USA.
- Guo, L., Jalal, A., & Khaksari, S. (2015). Bank executive compensation structure, risk taking and the financial crisis. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 45(3), 609-639.
- Haw, I. M., Ho, S. S., Hu, B., & Wu, D. (2010). Concentrated control, institutions, and banking sector: An international study. *Journal of Banking & Finance*, 34(3), 485-497.
- Hoang, K. T., Faff, R., & Haq, M. (2014). Market discipline and bank risk taking. *Australian Journal of Management*, 39(3), 327-350.
- Huang, Y. S., & Wang, C. J. (2015). Corporate governance and risk-taking of Chinese firms: The role of board size. *International Review of Economics & Finance*, 37, 96-113.
- IFC, 2012. *Risk Taking: A Corporate Governance Perspective*, World Bank Group, Washington, DC.
- Ittner, C. D., & Keusch, T. (2015, March). The influence of board of directors' risk oversight on risk management maturity and firm risk-taking. AAA.
- John, K., Litov, L., & Yeung, B. (2008). Corporate governance and risk-taking. *The journal of finance*, 63(4), 1679-1728.
- Kato, R. P. (2021). Market Discipline and Bank Risk-Taking: The Interbank Deposit Perspective. *Journal of Financial Risk Management*, 10(1), 54-79.
- Koerniadi, H., Krishnamurti, C. M., Tourani-Rad, A., 2010. "Corporate Governance and Risk Taking in New Zealand", *Australian Journal of Management*, 0(0), ss. 1-19.
- Lee, S. W. (2002). Insider ownership and risk-taking behaviour at bank holding companies. *Journal of Business Finance & Accounting*, 29(7-8), 989-1005.
- Levine, R. (2004). *The corporate governance of banks: A concise discussion of concepts and evidence* (Vol. 3404). World Bank Publications.

- Macey, J. R., & O'hara, M. (2003). The corporate governance of banks. *Economic policy review*, 9(1).
- Maher, M., & Andersson, T. (2000). Corporate governance: effects on firm performance and economic growth. Available at SSRN 218490.
- Martínez, C., & Ramírez Gómez, M. (2011). Ownership structure and risk at Colombian banks. Universidad del Rosario Facultad de Economía Serie Documentos de Trabajo No: 91.
- McNulty, T., Florackis, C., & Ormrod, P. (2012). Corporate governance and risk: A study of board structure and process. ACCA Research Report, 129.
- Mehran, H., Morrison, A., Shapiro, J., 2011. Corporate Governance and Banks: What Have We Learned from the Financial Crisis?, Federal Reserve Bank of New York Staff Reports, No. 502.
- Minton, B. A., Taillard, J., & Williamson, R. (2011). Do independence and financial expertise of the board matter for risk taking and performance?. Available at SSRN 1787126.
- Mourouzidou-Damtsa, S., Milidonis, A., & Stathopoulos, K. (2019). National culture and bank risk-taking. *Journal of Financial Stability*, 40, 132-143.
- Nakano, M., & Nguyen, P. (2012). Board size and corporate risk taking: further evidence from Japan. *Corporate Governance: An International Review*, 20(4), 369-387.
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). (2009). *Corporate Governance and the Financial Crisis: Key Findings and Main Messages*.
- OECD, 2004. *OECD Principles of Corporate Governance*, Paris.
- Paligorova, T. (2010). Corporate risk taking and ownership structure (No. 2010-3). Bank of Canada Working Paper.
- Pathan, S. (2009). Strong boards, CEO power and bank risk-taking. *Journal of banking & finance*, 33(7), 1340-1350.
- Ramly, Z., & Basharahil, N. (2021). Bank Governance and Risk-Taking: A Survey of The Literature. *The Middle East International Journal for Social Sciences*, 3(4), 236-259.
- Rose, P. (2010). Regulating risk by strengthening corporate governance. *Conn. Ins. LJ*, 17, 1.
- Shah, S. Z. A., Akbar, S., Liu, J., Liu, Z., & Cao, S. (2017). CEO compensation and banks' risk-taking during pre and post financial crisis periods. *Research in International Business and Finance*, 42, 1489-1503.
- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1986). Large shareholders and corporate control. *Journal of political economy*, 94(3, Part 1), 461-488.

- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). A survey of corporate governance. *The journal of finance*, 52(2), 737-783.
- Stulz, R. M. (2014). Governance, risk management, and risk-taking in banks (No. w20274). National Bureau of Economic Research.
- Van Greuning, H., Bratanovic, S. B., 2009. *Analyzing Banking Risk: A Framework for Assessing Corporate Governance and Risk Management*, Third Edition, The World Bank, Washington, D.C., 442p.
- Weimer, J., & Pape, J. (1999). A taxonomy of systems of corporate governance. *Corporate governance: An international review*, 7(2), 152-166.
- Weisbach, M. S. (1988). Outside directors and CEO turnover. *Journal of financial Economics*, 20, 431-460.
- Younas, Z. I., Klein, C., Trabert, T., & Zwergel, B. (2019). Board composition and corporate risk-taking: a review of listed firms from Germany and the USA. *Journal of Applied Accounting Research*.

20. Bölüm

Pandemi Ve Ekonomik Olumsuzluk Etkenlerinin Sebeplendiği Yeni Dönem Havayolu Yönetim Stratejileri Ve Kriz Yönetimi

Ahmet Koray KAYALAR¹

¹ Gümüşhane Üniversitesi, ahmetkoraykayalar@gmail.com
ORCID 0009-0002-3591-8244

1. GİRİŞ

COVID-19 pandemisi, çoğu sektör ve endüstrinin yanı sıra toplulukların sağlığını da derinden etkiledi. Ülkelerin getirdiği uluslararası uçuş yasakları ve sınır kapatmaları nedeniyle havayolu şirketleri uçaklarını yere indirmek zorunda kaldı ve bu nedenle de pandemiden en çok etkilenen sektörlerden biri de havacılık sektörü oldu. Pandeminin küresel anlamda tehdit oluşturmaya başladığı 2020 yılı başlarında neredeyse tüm ülkeler hava taşımacılığı hizmetlerini durdurdu. Bazı ülkeler, vaka sayılarındaki artış ve mutasyonlar nedeniyle uçuş yasaklarını kademeli olarak değiştirerek kış mevsiminde uçuş yasaklarını yeniden başlattı. Bu salgın uluslararası hava yolcu trafiğini, havaalanlarını, havayollarını, turizmi, ticareti ve küresel ekonomiyi derinden etkiledi.

Kamusal yaşamı sınırlayan ve birçok şirketin geçici veya kalıcı olarak kapanmasına neden olan pandemi salgını insani bir krize neden oldu. Bu yüzden dünyada birçok ülke virüsün yayılmasını en aza indirmek için ciddi kısıtlamalara başvurmak zorunda kaldı. Bu kısıtlamalar sebebiyle havacılık sektöründe ticari ve operasyon faaliyetlerinin büyük kısmı kaybedilerek hava trafiği önemli ölçüde azaldı.

Çalışmada, 2020 yılında yaşanan küresel pandemi krizinin neden olduğu ekonomik olumsuzluklarla birlikte uluslararası ve Türk sivil havacılık endüstrisindeki etkileri incelendi. Bu bağlamda havayolu şirketlerinin pandemi sonrası ortaya çıkan rekabet ortamında hangi yönetim stratejileri izledikleri ve gelecekte olası bir pandemiye karşı nasıl bir strateji geliştirdiklerine yönelik incelemeler yapıldı.

2. PANDEMİ

İnsanlık tarihi var olduğundan beri küresel çapta toplu ölümlere neden olan birçok yıkıcı afetler ve salgın hastalıklar yaşandı. Salgınlar, bazı bölgelerde sağlıksız hayat şartlarının etkili olması, doğal çevre dengesinin bozulması, kıtlıklar ve daha birçok sebep sonucunda kısa sürede yayılarak binlerce hatta bazen milyonlarca insanın ölümüne neden oldu. 21.yüzyılda ise insanlık verdiği maddi ve manevi zararlarla gelecekte adından sıkça söz ettirecek bir salgın hastalık olan Covid-19 ile tanıştı. Aralık 2019'da Çin'in Wuhan kentinde ilk vaka görüldüğünde dünya henüz nasıl bir felaketle karşı karşıya olduğunun farkında değildi. Ocak 2020'de virüse Covid-19 tanısı konulmasının ardından Çin'de başlayan salgın, küreselleşmenin de etkisiyle bir anda tüm dünyaya yayıldı. 2020 yılının başlarında Dünya Sağlık Örgütü (WHO) iki hafta içerisinde Çin dışındaki vakaların 13 kat artması ve hastalığın görüldüğü ülke sayısının üçe katlanması ve 114 ülkede 118.000'e ulaşan vaka sayısı ve o ana kadar ölümlerle sonuçlanan 4.291 vaka üzerine Covid-19 pandemisi ilan etti. Covid-19'un Dünya Sağlık Örgütü

(DSÖ) tarafından pandemi olarak ilan edilmesini izleyen tarihlerde dünyanın hemen hemen her yerinde viral etki kendisini göstermeye başladı (Kayalar, 2020).

Yeni çıkan bir salgının yayılma nedenleri ilk zamanlarda bilinmezliğini korurken bilim insanları, bulaş yollarının bulunması için çalışmalarına devam ettiler. Bu süreçte üst yönetimler de bulaşma yollarına göre tedbirler almak için çalıştılar. Hastalıkların bilinmezliği ve yayılma hızı insanları o kadar korkutmuştu ki insanlar haklarının ellerinden alınmalarını bir yerde kendileri talep eder hale gelmişti. Böylelikle yayılma hızının kontrol altına alınacağı ve eski normal hayatlarına en kısıda sürede geri dönecekleri düşüncesi insanlar arasında hızla yayılmıştı. Yönetimler de bu düşüncenin ve yayılma hızının yarattığı ekonomik baskının sonucunda uzaktan çalışma adı altında kısıtlamalara giderek salgın hastalığın yayılma hızının yavaşlatılması konusunda çalışmalar yaptılar.

Bilim insanlarının çalışmaları sonunda DSÖ tarafından özellikle yakın temas, hijyenik olmayan ve havasız ortamlar hastalığın bulaşma nedenleri olarak görüldü. Bu nedenler topluluğun olduğu yerlere işaret etmekte ve insanları bireyselliğe yönlendirmekteydi. Sosyal mesafe kavramı ile topluluk içerisinde kısıtlamalar ve yasaklar getirilerek insanlar arasındaki mesafenin uygun koşullarda belirlenmesi amaçlandı. O dönemde topluluğun olduğu yerler hastalığa davetiye olarak görüldü ve toplu yapılan etkinliklerin birçoğu yasaklandı. Ancak kısıtlamalara ve yasaklara rağmen ülkeler arası hastalığın yayılması devam etti ve bu yüzden ülkelere giriş çıkışların kapatılması gibi bir önlem alınarak salgının daha fazla alana yayılması ve mutasyonu önlenmeye çalışıldı.

3. COVID-19 PANDEMİSİNİN EKONOMİK OLUMSUZLUKLARA EVRİMİ

Dünya Sağlık Örgütü tarafından 2020 yılının başlarında pandemi ilan edilmesi ile birlikte neredeyse tüm ülkeler tarafından sınırların kapatılması ve uçuşların durdurulması gibi küresel anlamda önlemler alındı. Bu durum, ülkelerarası bağlantı hareketliliğine ara verilmesine neden olarak ticari faaliyetleri büyük ölçüde etkiledi ve böylece gelişmiş dünya ekonomileri dâhil birçok ülke ekonomisi pandemiden olumsuz yönde etkilenmiş oldu. Salgının etkisi küresel anlamda tüm ülkeleri etkisi altına alarak ekonomik olumsuzlukları beraberinde getirdi. Ülke sınırlarının kapatılmasıyla seyahatlerin yasaklanması, işyerlerinin kapatılması, sosyal izolasyondan sokağa çıkma yasağına kadar uygulanan sıkı tedbirler bunda etkili olmuştur (Duran ve Acar, 2020). Bu ekonomik

olumsuzluklar sonucunda dünya genelinde son yılların en büyük ve etkili ekonomik krizlerinden biri olan 2020 Küresel Pandemi Krizi meydana geldi.

3.1. 2020 Küresel Pandemi Krizi

Çok kısa bir zaman diliminde tüm dünyayı etkileyen Covid-19 salgını, oldukça büyük çaplı bir küresel ekonomik krizin ortaya çıkmasına neden oldu. Sınırların kapanması, seyahatlerin sınırlandırılması, birçok ticari faaliyetin askıya alınması, seyahat özgürlüğünün kısıtlanması gibi pek çok salgınla mücadele yöntemi, sözü edilen ekonomik krizin doğumunda etkili olmuştur (Duran & Acar, 2020). Covid-19 salgını nedeniyle, ticaret, üretim, turizm gibi birçok sektörde işletmelerin iflas etmesi veya iflasın eşiğine gelmesi gibi ekonomik olumsuzluklar meydana geldi. Bu bağlamda Tayar ve arkadaşları tarafından 2020 yılında yapılan bir araştırma, salgının neden olduğu ekonomik olumsuzluklardan en belirgin şekilde etkilenen sektörlerin elektrik, ulaşım, sanayi ve teknoloji olduğunu ortaya koymuştur (Tayar vd., 2020).

Yapılan araştırmalar incelendiğinde ulaşım sektörünün pandeminin neden olduğu olumsuzluklardan etkilendiği görülmektedir. Bu yüzden, ulaşım sektörüyle doğrudan bağlantılı olan turizm sektörü ve faaliyetleri de bu noktada Covid-19 dan önemli ölçüde olumsuz etkilenen sektörler arasındadır yorumu yapılabilmektedir. Seyahat kısıtlamalarının uygulanması ve ülke sınırlarının dolaşıma kapanması da bu durumun başlıca sebepleri arasındadır ve bu bağlamda havacılık sektörünün de tüm dünyada pandemi sürecinden büyük ölçüde olumsuz etkilenmesine neden olmuştur.

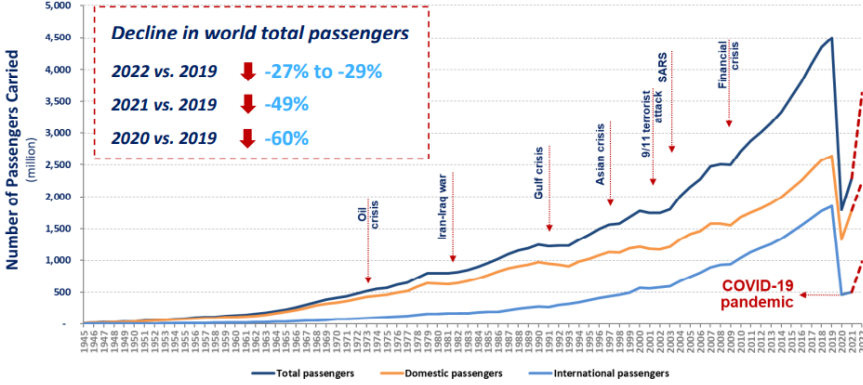
3.1.1 Havacılık Sektörüne Etkileri

Covid-19 salgınının tüm dünyada etkili olmasıyla birlikte, yurtiçi ve yurtdışı uçak seyahatlerinin kısıtlanması, ülkelerin almış oldukları tedbirlerin başında gelmiştir. Çok sayıda uçağın uzun süre yatırılması, park ücretlerinin ödenememesi ve bununla birlikte havayolu şirketlerinin uçak kiralalarını ve kredi borçlarını ödeyememesi, mevcut sigorta şirketlerinin ise ortaya çıkan bu yükü kaldıramaması gibi çok büyük sorunlara neden olmuştur.

ICAO'nun paylaşmış olduğu veriler incelendiğinde Covid-19 pandemisinin başladığı 2019'un son dönemi ve 2020'nin başlarında dünya genelinde salgın ile ilgili bilinmezlikler nedeniyle meydana gelen telaşla birlikte kısıtlamaların etkisindeki havayolu taşımacılığı yolcu sayısında %60'lık bir azalma meydana gelmiştir. 2019'dan günümüze kadar uzanan döneme bakıldığında yolcu sayısındaki düşme oranı azalma göstermiştir ama özellikle 2019-2021 yılları arasındaki dönemin salgının en yoğun olduğu ve aşılama çalışmalarının başladığı

dönem olması ve bu dönemde kısıtlamalarla birlikte yasakların da artmasıyla toplam yolcu sayısında çok küçük oranda artış meydana gelmiştir (ICAO,2022).

Şekil-1'de pandemi dönemini de kapsayan 1945-2022 yılları arasındaki havalimanları yolcu trafiğindeki değişim gösterilmiştir.



Şekil-1: 1945-2022 Havalimanları Yolcu Trafiği Değişimi

ICAO tarafından aktarılan verilere ve şekil-1 deki grafiğe göre COVID-19'un 2019 seviyelerine kıyasla 2020 yılı için dünya tarifeli yolcu trafiği üzerinde, havayolları tarafından sunulan koltukların genel olarak %50 oranında azaltılması, 2.703 milyon yolcuda genel azalma (-%60), havayollarının brüt yolcu işletme gelirlerinde yaklaşık 372 milyar ABD doları kayıp; 2019 seviyelerine kıyasla 2021 yılı için dünya tarifeli yolcu trafiği üzerinde havayolları tarafından sunulan koltukların genel olarak %40 oranında azaltılması, 2.201 milyon yolcuda genel azalma (-%49), havayollarının brüt yolcu işletme gelirlerinde yaklaşık 324 milyar ABD doları kayıp ve 2019 seviyelerine kıyasla 2022 yılı için dünya tarifeli yolcu trafiği üzerinde havayolları tarafından sunulan koltukların toplamda %24 ila %26 oranında azaltılması, 1.241'den 1.315 milyon yolcuya genel azalma (-%27'den -%29'a), havayollarının brüt yolcu işletme gelirlerinde yaklaşık 172 ila 181 milyar ABD doları arasında kayıp etkileri görülmüştür (ICAO,2022).

3.1.2. Türk Sivil Havacılık Sektörüne Etkileri

Türkiye'de küresel pandemi ile yürütülen mücadele kapsamında görevli Bilim Kurulu ve Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan tavsiyeler doğrultusunda vaka yoğunluğu gözlenen ülkelere uçuş kısıtlamaları getirildi. Bununla birlikte bir dönem yurtiçi uçuşlarda Türk Hava Yolları tek yetkili havayolu şirketi olarak tayin edildi ve diğer bütün havayolu şirketlerinin faaliyetleri durduruldu. Bu süreçte haftanın belirli gün ve saatlerinde yurtiçinde belirlenen bazı destinasyonlara Türk Hava Yolları tarafından kısıtlı uçuşlar gerçekleştirildi.

Herdem tarafından yayınlanan rapora göre, Dünya Sağlık Örgütü'nün 11 Mart 2020 tarihli COVID-19 pandemi duyurusunun ardından 17 Mart 2020'de Türkiye'de uluslararası uçuşlar resmen askıya alındı. Pandeminin olumsuz etkileri havacılık sektörüne ocak ayında başlamıştı ama ilk resmi COVID-19 vakası ülkemizde mart ayında ilan edildi. Ayrıca raporda İstanbul Havalimanı hava trafiğinde 2019 istatistiklerine göre -%89'luk bir düşüş yaşandığı da aktarıldı (HERDEM, 2020).

4. YÖNETİM STRATEJİLERİ

Havayolu şirketleri, rekabet ortamında mücadele edebilmek için uluslararası bir şirket olma vasıtasıyla farklı giriş modlarını kullanarak kendi ülkelerini diğer ülkelere bağlamak yoluna giderler. Bir havayolu, uluslararası alanda yolcu taşıma hizmeti verirken hub olarak kullandığı meydana farklı pazarlara yönelerek ihraç stratejisini benimsemektedir. Bununla birlikte uluslararası bir yapıya sahip olmak isteyen havayolu şirketleri rakipleri ile karşılıklı olarak çapraz pazarlama düzenlemeleri olarak adlandırılan kod paylaşımı ve blok koltuk satışı anlaşmalarını kullanabilmektedirler. Bu tarz farklı stratejik havayolu işbirliği anlaşmaları, havayolu şirketlerinin ikili havayolu taşımacılığı anlaşmalarını atlayarak erişilmesi güç olan pazarlara erişmelerini ve uçuş ağını büyütmelerini de sağlamaktadır (Gerede, 2002: 150-151). Bununla birlikte küresel ve iç baskılar havayolu şirketlerinin işbirliği yapmasını zorunlu kılmaktadır. Böylece havayolu şirketleri belirli amaçlar çerçevesinde bir araya gelmekte ve rakipleri ile ortaklaşa rekabet etmektedirler. Bu amaçlar (Gerede, 2002: 132);

Küresel Pazarlara Erişim ve Girişin Sağlanması: Küresel pazarlara erişim ve giriş hakkı olmayan havayolu şirketleri, bu hakka sahip havayolu şirketi ile işbirliğine gitmesi halinde bu pazarlara erişim ve giriş hakkı kazanmaktadır.

Uçuş Ağının Küreselleştirilmesi: Bunu tek başına elde etmek havayolu için çok maliyetli olduğundan en uygun yol, stratejik havayolu ittifaklarına dâhil olmaktır.

Küresel Uçuş Ağının Desteklenmesi: Küresel uçuş ağının küresel dağıtım kanalları ve sık uçan yolcu programları ile desteklenmesidir.

Kaynak Yaratma ve Kaynak Paylaşımı: Havayolu şirketleri kendi bütçeleri ile ulaşamayacakları bir kaynağa, o kaynağa sahip başka bir havayolu ile işbirliğine giderek sahip olabilmektedir. Bu kaynaklar genellikle ARGE temelli kaynaklar ve finansal kaynaklardır.

Risk Paylaşımı: Havayolu şirketleri çoğu zaman yüksek kaynaklı yatırımlar yapmakta ve dünya konjonktürünün her an değişebilir yapısından dolayı yine çoğunlukla bu yatırımlar belirsizlik altında gerçekleşmektedir. Dolayısıyla

havayolları işbirliğine giderek olumsuz bir ihtimalden doğacak zararı yani riski paylaşmaktadır.

Maliyet Paylaşımı: Havayolu şirketleri sektörün yüksek maliyetli yapısı gereği yaptıkları bazı anlaşmalarla maliyeti ortak havayolu ile paylaşarak düşürme yoluna gidebilmektedir.

Havayolu şirketleri, bu amaçlar doğrultusunda sektör içerisinde rekabet halinde oldukları şirketlerle işbirliklerine gidebilmektedirler. Bu işbirlikleri gerçekleştirilen anlaşmaya göre değişmekte ve herhangi bir stratejik havayolu ittifakına dâhil olarak veya olmayarak rakiplerle farklı şekillerde strateji gerçekleştirebilmektedirler.

5. KRİZ YÖNETİMİ

İşletme krizleri insanlardan, örgütsel yapıdan, ekonomiden veya başka teknolojiden kaynaklanan, insan hayatına doğal ve sosyal yaşama büyük zararlar veren felaketlerdir. Krizler işletmelerin finansal yapısı ve ünü üzerinde olumsuz etki yaratabilecek oluşumlardır. Hermann'a göre kriz (Hermann, 1972:187); örgütün yüksek öncelikli hedeflerini tehdit eden, krizi önlemek için zamanın sınırlı olduğu, ortaya çıktığında karar vericileri hayrete düşüren, bu nedenle yüksek oranlarda stres yaratan bir durumdur. Biling krizi (Billings vd., 1980:301); önemli örgütsel kayıplar yaratabilecek olayları içeren ve karar vermek için bir zaman baskısının bulunduğu durum olarak açıklamıştır. Hall ve Mansfield, Selye's den yararlanarak (Mansfield, 1971:534); örgüt üzerinde hiç istenmeyen kişisel ve örgütsel stres yaratan sonuçları kriz kavramıyla ifade etmişlerdir. Krizin tanımından yola çıkarak kriz yönetimini ele aldığımızda, kriz yönetimi: olağan akışın dışında gelişen durumlar karşısında olayı çok fonksiyonlu düşünebilme ve problem çözme yeteneği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kriz yönetimi, olası kriz durumlarına karşı kriz belirtilerini algılama konusunda gerekli duyarlılıkları göstererek, örgütün krize düşmesini engelleme veya aniden ortaya çıkan kriz durumlarında örgütü en az maliyet ve kayıpla, kriz durumundan kurtarma sürecidir. Her alanda farklı yönleri ve yöntemleri ile ele alınmaktadır. Havayolu kriz yönetiminde bu konu 3 farklı yönüyle değerlendirildi.

1. *Havayolu İşletmelerinde Ekonomi Üzerine Kriz Yönetimi*
2. *Havayolu İşletmelerinde Yönetim Üzerine Kriz Yönetimi*
3. *Havayolu İşletmelerinde Müşteri Odaklı Kriz Yönetimi*

5.1. Havayolu İşletmelerinde Ekonomi Üzerine Kriz Yönetimi

Havacılık sektörü havalimanları, havayolu şirketleri, yer hizmetleri kuruluşları, ikram şirketleri, yakıt sağlayıcıları, teknik bakım gibi farklı yapılardan oluşan devasa bir organizasyondur. Bu organizasyonun herhangi bir basamadığında meydana gelen aksama ve yaşanan krizler diğer yapıları da etkilemektedir. Birbirine bağlı yapılardan oluşan havacılık sektörünün bu yönü kırılğan bir sektör olduğuna işaret etmektedir.

Pandemi sürecinde azaltılan uçuşlar, havayollarının gelir kalemine aşağı yönde ivme kazandırırken sabit giderleri de bu ivmeye hız kazandırmıştır. Şirketlerin sabit giderlerinden biri olan personel gideri için devletler destekte bulunmuştur. Kısa çalışma ödeneği ile istihdamın korunması Türkiye’de en birincil amaç olmuştur. Bunun yanında özel istihdam desteği, ücretsiz izin gibi destekler ile istihdam pandemi sonrasındaki süreç düşünülecek korunmuştur. Nitekim 2022 yılına geldiğimizde Avrupa’da yaşanan personel sıkıntı göz önüne alındığında istihdamın korunmasının önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Avrupa’da pandemi sürecinde uçuş ekiplerinin işten çıkarılması pandemi sonrasında artan ihtiyacı karşılayamamalarından dolayı ertelenen, iptal edilen uçuşlara sebep olmuştur. Yine Avrupa’da yaşanan yer hizmetlerindeki personel sıkıntısı bahsettiğimiz gibi sektörün diğer kolundaki havayolu şirketlerini olumsuz etkilemiştir. Yer hizmetleri şirketlerinde yaşanan personel sıkıntısı aktif olarak görev yapan personelin iş yükünü arttırmış bu da beraberinde personel grevini getirmiştir. Yaşanan personel sıkıntısı ve beraberinde gelen grevler ile yaşanan gecikmeler havayolu şirketlerinin yolculara tazminat ödemelerine neden olmuştur. Alınamayan ramp hizmetleri nedeniyle çoğu zaman havayolları bagaj bırakıp sadece yolcu taşımacılığı yapmak durumunda kalmışlardır. Ancak sonrasındaki bagaj transfer işlemleri havayollarının hem iş yükünü arttırmış hem de havayollarını ekonomik olarak sıkıntıya sokmuştur.

Havacılık sektörü kuralcı, detaylı ve dinamik bir disiplindir. Bu sektörde çalışacak insanların eğitimleri çok uzun sürmemekle birlikte sektöre, iş akışına uyum sağlamaları uzun zaman almaktadır. Daha önce yaşanmamış durumlar ile karşılaşıldığında hızlı ve doğru kararlar alabilmek için çalışanların belli bir tecrübeye sahip olabilmeleri gerekmektedir. Yapılan küçük hataların dönüşleri büyük olmakta bu da şirketleri zora sokmaktadır. Aynı zamanda havacılığın iki ana kuralı olan emniyet ve güvenlik açısından da çalışanların tecrübesi önem arz etmektedir. Diğer bir boyutu ile her yeni başlayan personele verilecek eğitim ve emek yine maddi olarak şirketlere yansımaktadır. Pandemi ile azalan uçuşların yanında pandemi sürecinde gelir döngüsünü dinamik tutabilmek adına kolay iptal ve iade edilebilir şekilde satılan tatil biletleri havayolu şirketlerinin ekonomik olarak daha fazla açılmalarına yol açmıştır. Ancak bu biletlerin satışları yaz

sezonunda bazı havayollarının talebi karşılayamaması sonucu kontrolsüz büyümeye gitmelerine sebep olmuş ve ardından küçülmeyi de beraberinde getirmiştir. Sektördeki ekonomik sıkıntının farkında olan devletler havayolu taşımacılığı için düşük faiz oranları ile kredi sağlanması ve vergi muafiyeti gibi sektörü rahatlatacak çalışmalarda bulunmuştur.

5.2. Havayolu İşletmelerinde Yönetim Üzerine Kriz Yönetimi

Krizler yöneticilerin aldığı doğru ve yerinde kararlar ile daha az kayıplarla atlatılabilmektedir. Ancak pandemi gibi küresel ve birkaç yüzyılda bir rastlanan krizde yönetimler bilinmezliğin içinde ülkelerin sağlık bakanlıklarının ve DSÖ'nün aldığı kararlar doğrultusunda strateji belirlemek durumunda kaldılar. Bu durum da yerindelik kararlarının alınmasını engellemiş yetkilerin merkezileştirilmesi ile krizin doğru yönetilmesi ve yetkili kurumlarca alınan kararların dışına çıkılmamasını sağlamıştır.

Eldeki filoyu etkin kullanmak yöneticilerin bu dönemde aldığı en doğru kararlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yolcu taşımanın sıkıntılı olduğu bu dönemde bazı havayolları da kargo üzerinden kayıplarını telafi etme stratejisi izlemiştir. Yolcu uçaklarının bazıları kargo uçağına çevrilmiştir. Pandemi sürecinde elzem ihtiyaçlar listesinde bulunan maske, eldiven, dezenfektan gibi hijyen malzemeleri taşınmıştır. Aşıların bulunması ile hızlı ulaşım ve uygun koşullarda saklama ve ulaştırma işlemi için hava taşımacılığı ön plana çıkmıştır.

5.3. Havayolu İşletmelerinde Müşteri Odaklı Kriz Yönetimi

Bilim insanlarının bile tam ve kesin bilgilere sahip olmadığı bir virüsten, uçak gibi dar bir alanda insanları korumak ve onlara kendilerini güvende hissettirmek şirketler açısından zor bir stratejiydi. Şirketlerden birinde uçakta yaşanan bir durum insanların ulaşımında havayolunu tercih etmelerini olumsuz yönde etkileyebilirdi. Şirketler Sağlık bakanlığı ve DSÖ'nün kararları ve IATA'nın tavsiyeleri doğrultusunda uçak içinde hastalığın bulaşmasını önlemek için birtakım önlemler aldılar.

PCR testi tüm dünyada hastalık tanısının koyulması için kullanılan bir yöntemdi. Havayolu ile seyahatten ülkeye göre değişiklik göstermekle birlikte yurt dışı çıkışlı, Türkiye varışlı yolcuların uçuş saatlerinden maksimum 72 saat önce numunesi verilmiş olan negatif PCR testinin ibraz etme zorunluluğı ile hasta olan kişilerin ülkeye giriş-çıkışı engellenmek istenmiştir. Burada verilen numunelerin sonuçlarının açıklanma süreleri kimi zaman yolcuları mağdur etmiştir. Örneğin dört kişilik bir ailede sadece küçük çocuğun testi check in saatine kadar açıklanmadığı için uçağı kabul edilmemiş dolayısıyla aile de uçuştan vazgeçmiştir. Bunun yanı sıra kendini gayet iyi hissedenden insanların

testlerinin negatif olduğunu görüp karantinaya alınmış ve olası hastalık yayma potansiyelleri engellenmiştir. Bu sebeplerden dolayı bilet satışları full olsa bile doluluk oranları aşağı yönde seyir etmiştir.

HES kodu uygulaması sağlık bakanlığı verileri ile ibraz edilmesi zorunlu yerlerde gösterilmek ve bakanlığın hasta kişilerin takibini yapabilmesi adına Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarına verilen bir koddu. Sağlık bakanlığının talimatı ile check veya boarding de yolcunun HES kodu uyarı verdiğinde yolcu uçuşa kabul edilmeyip sağlık bakanlığı ile iletişime geçilmekteydi. Hes kodu uygulaması sadece Türkiye'nin bir uygulaması olduğu için yurt içi ve kıbrıs uçuşlarında ve yine sadece Türk yolculardan ibraz etmesi istenmekteydi. Bu durum da yurt dışından ülkemize PCR testi ile gelen yolcuların belki ülke içinde hastalığa yakalanmasının ardından farklı şehirlere seyahatinde HES kodu ya da PCR testi istenmediği için hastalığı diğer şehirlere yayması aynı zamanda ülke vatandaşları için uygulanan prosedürün farklı ırklarda farklı mutasyonlar gerçekleştirdiği bilinmesine rağmen turistlerin ülke içinde serbest şekilde dolaşımı da tedirginliğe neden olmakla birlikte HES kodunun ülke vatandaşları tarafından öneminin ve gerekliliğinin sorgulanmasına sebep olmuştur.

Maske kullanımı solunum yoluyla bulaşan hastalık olan koronavirüsten korunmanın yollarından biri olarak karşımıza çıkmış ve devletler tarafından zorunlu kılınmıştır. Terminale girişti ve yine terminal içerisinde güvenlik birimlerince uyarılmalarına rağmen bazı yolcular maske kullanımı ciddiye almamıştı. Bilet almadan önce yolculara uçak içi maske kullanımı konusunda bilgilendirme metinleri ile uyarılar yapılmasına karşın uçak içerisinde diğer yolcuların sağlığını da tehlikeye atarak kabin ekiplerini kural dışı davranışları ile zora sokmuşlardır. Bunun da sebepleri; bilim insanlarının arasındaki maske kullanımı konusunda tutarsız açıklamalar, ülkelerinde maske kullanımının zorunlu olmaması dolayısıyla maske kullanmanın mantığının anlaşılabilmesi, etnik kökenin vermiş olduğu temizlik, hijyen ve durumlar karşısındaki rahatlık seviyesidir. Yolcuların uçak başına maskesiz gelme durumlarına karşı havayolu şirketleri hijyen kitleri olarak yolculara içerisinde maske ve dezenfektanlı mendillerin olduğu küçük kitler dağıtılmış maskesiz uçağa girmeleri engellenmeye çalışılmıştır. Ancak solunum yolları rahatsızlıklarından dolayı maske kullanamaz raporu olan yolculara ayrıcalık gösterilmiştir.

Ateş ölçümü ile yine yolculardan semptomları taşıyanlar tespit edilerek uçuşa kabul edilmemiştir. Bu uygulama bazı havayollarında check in ve boarding esnasında yolcu hizmetleri personelleri tarafından gerçekleştirilirken bazı havayollarında uçak başında kabin ekipleri ile sağlanmıştır. Ateşi 38 derece ve üzeri olan yolcular uçuşa kabul edilmemiştir. Ancak görevli personellerin

ellerindeki ateş ölçer cihazlar çoğu zaman yanlış ölçtüğü görevliler tarafından da fark edilmiş olmasına karşın uygulanmıştır.

Uçak içinde alınan tedbirlerden biri de uçak içi temizliğinin DSÖ'nün tavsiye ettiği hijyen gücü yüksek dezenfektanlar ile temizlenmesidir. Yolcuların en sık kullandığı koltuk kollarının, kemerlerin temizliği her uçuş sonrasında temizliğinin yapılmasına karşın uçağın belli bir uçuş süresinden sonra yatı temizliğinde uçak temizlik personellerinin özel kıyafetler ile dezenfekte edilmesi sağlanmaktadır. Yine uçak içerisindeki havanın kalitesi de yeniden değerlendirilmiş ve Yüksek Verimli Partikül Hava Filtresi (HEPA) sistemleriyle sürekli olarak temizlenmektedir.

Daha sağlıklı bir uçuş için havayollarının yaptığı bu düzenlemelerden yolcuları da haberdar etmesi, onların endişelerini dindirmesi ve hava taşımacılığına olan talebin devam etmesi adına alınan tedbirlerin en iyi şekilde anlatılması büyük önem arz etmekteydi. Bu konuda milli bayrak taşıyıcımız Türk Hava Yolları sosyal medya kanallarını en iyi şekilde kullanarak hem yolcuların endişelerini gidermiş hem de itibarını korumuştur.

6. SONUÇ

Çalışma kapsamında pandemi sonucu meydana gelen krizlerin sivil havacılığa etkileri rakamlarla ele alınmıştır. Yaşanan olumsuzlukların aşılması için kullanılan stratejilerle işletmelerin toparlanma süreçleri hakkında bilgiler verilmiştir. Burada amaçlanan 2020 küresel pandemi krizinin yarattığı olumsuzluklar ve bunların etkileri perspektifinde havayolu yönetim stratejilerini nedenlerle incelemek ve ekonomik olumsuzluklara karşı yapılan kriz yönetimi faaliyetlerini incelemektir.

Havacılık sektörünün krizlerden doğrudan etkilenen ve ekonomi, güvenlik, sağlık gibi farklı birçok unsurdan kaynaklanan riskleri doğrudan hissedilen kırılgan bir yapıya sahip olması önemli önlemleri ve uygulanabilir etkin stratejileri gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda ülkemizde pandemi etkilerinin havacılık sektörüne ilişkin yaşanan krizler sonrası teknolojiden güçlü bir biçimde faydalanma, maliyetleri olabildiğince düşürüp, karlılığı artırma, alternatif planlar yapma, uçuş ağını genişletme ve alternatif rotalar oluşturma, odaklanma, maliyet liderliği, farklılaşma gibi rekabet stratejilerinden faydalanma gibi stratejik yaklaşımlar geliştirilmiş ve bunlar uygulanmaya başlamıştır.

KAYNAKÇA

- Billings, S., Milburn, M. ve Schallman, I. (1980). A Model of Crisis Perception: A Theoretical and Empirical Analysis, *Administrative Science Quarterly*, S.25.
- Duran, M.S. ve Acar M. (2020). Bir virüsün dünyaya ettikleri: covid-19 pandemisinin makroekonomik etkileri. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 10(1), 54- 67.
- Gerede, E. (2002). Havayolu taşımacılığında küreselleşme ve havayolu işbirlikleri–THY AO.’da bir uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gerede, E. (2012). *Hava taşımacılığı*. N. Aras ve E. Gerede (DÜ) içinde, Ulaştırma sistemleri (s. 80-104). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Hall, T. ve Mansfield, R. (1971). Organizational and Individual Response to External Stress, *Administrative Science Quarterly*, S.16.
- Herdem, <https://herdem.av.tr/special-report-on-aviation-the-effect-of-the-covid-19-on-aviation-industry-special-focus-on-turkey>
- Hermann, C. (1972). *International Crises: Insights from Behavioral Research*, New York: Free Press
- ICAO (2020), <https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-19/ICAO%20Coronavirus%202020%2004%2023%20Econ%20Impact.pdf>, Erişim Tarihi: 10.11.2022
- Kayalar, F. (2020). The Importance of Blended Learning Approach during Covid-19 Pandemic all over the World. Proceedings of IAC 2020 in Vienna.
- Tayar, Tunahan, Gümüştekin, Ezgi, Dayan, Kaan ve Mandi, Emad, (2020). Covid-19 Krizinin Türkiye’deki Sektörler Üzerinde Etkileri: Borsa İstanbul Sektör Endeksleri Araştırması, *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s.293-320.

21. Bölüm

Finansal Gelişmişliğin ve Enflasyonun Vergi Gelirlerine Etkisi: Türkiye Üzerine Kanıtlar

Seher GÖKPINAR¹
Burak SERTKAYA²

1 Arş. Gör. Dr., Hitit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, sehergokpinar@hitit.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0974-6151.

2 Dr. Öğr. Üyesi, Hitit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, buraksertkaya@hitit.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9551-3439

GİRİŞ

Finansal piyasaların gelişimi Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümesi ve kalkınması için öncelikli sırada gelmektedir. Çünkü finansal kalkınmanın ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu açıktır. Aynı şekilde vergi toplama mekanizmasının etkinliği ve verimliliği hükümetlerin harcamalarının finansmanı açısından önemlidir. Vergi mükellefleri muameleleri gerçekleştirirken finansal araçlardan yardım almaktadırlar. Ülkelerin daha derin ve gelişmiş finansal piyasaları ile kurumları ise bu noktada vergi gelirlerine olumlu yansiyacaktır.

Eğer bir ülkenin finansal kurumları iyi gelişmiş, şeffaf ve etkinse, işletmeler ve vergi mükellefleri işlemlerini yürütmek için bu kurumları kullanacaklardır. Bununla birlikte vergi toplayan makamlar da bu kurumlardan vergi mükelleflerinin gelir ve varlıkları hakkında daha şeffaf bilgiler elde edecektir. Aynı şekilde finansal kurumların yeterince gelişmemiş olması durumunda yeraltı ekonomisinin boyutu artar ve gerçeği yansıtan vergi bilgilerinin toplanması zorlaşır. Bu bakımdan finans sektörünün gelişmişliği vergi gelirinin önemli bir belirleyicisidir (Akram, 2016: 154). Aynı şekilde vergi gelirlerini etkileyen önemli faktörlerden birisi de enflasyondur (Tanzi, 1978). Enflasyonun yüksek seyrettiği ekonomilerde makroekonomik dengesizlikler artacak ve belirsizlikler çoğalacaktır. Yüksek enflasyon ile birlikte ülkelerin vergi sistemi etkinliğini kaybeder ve kayıt dışılık yaygınlaşır.

Bu çalışmada; “Türkiye’de finansal gelişmişlik vergi gelirlerine ne ölçüde yansımaktadır?”, “Türkiye’de enflasyonun vergi gelirleri üzerinde etkisi var mıdır?” sorularına yanıt bulunmaya çalışılmıştır. Buna göre çalışmada Türkiye’de 1981–2020 dönemi için vergi gelirleri ile finansal gelişmişlik endeksi ve enflasyon arasındaki ilişki araştırılmıştır. Buna göre çalışmanın giriş bölümünün hemen sonrasında kuramsal yazın ve ampirik literatür ortaya konulmuştur. Devamında ise çalışmaya ait veri seti, model, yöntem ve bulgulara verilmiştir. Son olarak, sonuç bölümünde ampirik bulgulara yönelik değerlendirmeler yapılmış ve çalışma bu şekilde neticelendirilmiştir.

1. KURAMSAL VE AMPİRİK YAZIN

Finansal gelişmenin vergi gelirleri üzerindeki etkilerine yönelik yapılan değerlendirme neticesinde iktisadi büyüme refah getirmekte ve mal ve hizmetlere olan talebi artırmaktadır. Bu ise yeni yatırımların gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır. Ekonomik büyümenin yatırımları artırması sonucunda ise vergi gelirleri yükselmektedir. Bu şekilde hem finansal gelişme ve ekonomik büyüme sayesinde gölge ekonominin yayılması önleyebilir hem de bu şekilde vergi

gelirleri artabilir. Nitekim finansal gelişmeyle birlikte vergi takibi ve tahsili kolaylaşacağından doğrudan vergi gelirleri de artacaktır (Pata & Ela, 2020: 175).

Gölge ekonomilerin büyüklüğü ile finansal gelişmişlik düzeyi arasında bir bağlantı kurulmaktadır. Örneğin, bireyler kredi için başvurmadan önce mevcut gelirini ve/veya varlıklarının ne kadarını kamuya açıklayacağını belirtmek zorundadır. Beyan edilen gelir ve/veya varlıklar teminat olarak kullanılabilir ve bu nedenle borç verenlere borçlunun kredi itibarı hakkında sinyal verilebilmektedir. Öte yandan ödünç verilebilir fonların azlığı, rekabet eksikliği, yüksek derecede finansal baskı ve kredi verenlerin bilgi toplama ve işleme yeteneklerinin sınırlı olması ile karakterize edilen düşük bir finansal gelişme durumunda, ya borçlanmanın maliyeti yükselecek ya da kredi alma olasılığı düşecektir. Böyle bir ortamda ise bireyin gelirini ve/veya varlıklarını beyan etmesi daha az teşvik edici olacaktır (Bose vd. 2011: 621).

Finansal piyasalar geliştikçe daha etkin araçlar piyasaya girecektir. Sonrasında kredi maliyetleri düşecek ve yeraltında faaliyet göstermeye devam etmenin fırsat maliyeti artacaktır. Bu şekilde finansal piyasaların gelişimi yeraltı ekonomisinin büyüklüğünü düşürecektir (Capasso & Jappelli, 2013: 167). Finansal sistemin gelişmesiyle birlikte vergi mükelleflerine yönelik daha net bilgiler elde edilecek ve böylece vergi gelirlerinin büyümesinin yolu açılacaktır. Hükümetlerin gelir vergilerini geniş bir şekilde izleyebilmesi gerekir ki bu da şeffaf olmayan mali sistemlere sahip ülkelerde daha çok zorluk barındırmaktadır (Gilbert & Ilievski, 2016). Ampirik literatür incelendiğinde yaygın biçimde ulaşılan netice, finansal gelişmenin hem doğrudan hem dolaylı olarak vergi gelirlerini olumlu etkilediği görüşünü öne çıkaran “*finansal gelişmeye dayalı vergi gelirlerinde artış hipotezi*”dir (Sağdıç ve Yıldız: 2021: 111). Küreselleşmeyle birlikte finansal gelişmişliğin artması vergi gelirlerinin önemini artırmıştır ve bu şekilde finansal piyasalardaki gelişmişliğin ekonomilerin reel tarafına olumlu katkı yapması beklenmektedir. Bunun da ülkelerin refah düzeyi ve vergi gelirlerine olumlu yansımaları düşünülmektedir.

Tablo 1. Finansal Gelişmişlik Endeksinin Çerçevesi

	<i>Finansal Kurumlar</i>	<i>Finansal Piyasalar</i>
<i>Derinlik</i>	1. Özel sektör kredileri/GSYİH 2. Emeklilik fonu varlıkları/GSYİH 3. Yatırım fonu varlıkları/GSYİH 4. Sigorta primleri/GSYİH	1. Sermaye piyasası kapitalizasyonu/GSYİH 2. Borsa işlem hacmi/GSYİH 3. Uluslararası kamu borçlanma araçları/GSYİH 4. Finansal olmayan kuruluşların toplam borç senetleri/GSYİH 5. Finansal kuruluşların toplam borç senetleri/GSYİH
<i>Erişim</i>	1. 100.000 yetişkine düşen şubeler (ticari bankalar) 2. 100.000 yetişkin başına ATM sayısı	1. İlk 10 en büyük şirket dışındaki şirketlerin piyasa değerinin yüzdesi 2. Toplam borç veren şirketlerin sayısı (yerli ve yabancı, finansal olmayan şirketler ve finansal şirketler)
<i>Etkinlik</i>	1. Net faiz marjı 2. Mevduat kâr marjı 3. Faiz dışı gelirin toplam gelire oranı 4. Genel maliyetlerin toplam varlıklara oranı 5. Varlıkların kârlılığı 6. Özkaynak kârlılığı	1. Borsa devir hızı oranı (işlem gören hisse senetleri/sermaye)

Kaynak: Sahay vd. 2015

Finansal kalkınma bir ülkenin direncini artırarak ekonomik büyümeyi hızlandırmaktadır. Dahası finansal gelişme bireylerin birikimlerini harekete geçirmekte, bilgi paylaşımını özendirilmekte, kaynak dağılımını iyileştirmekte ve risklerin çeşitlendirilmesi ve yönetilmesini kolaylaştırmaktadır. Aynı şekilde, çeşitli araçları barındıran daha derin ve likit bir finansal sistem şokların etkisini azaltmaya yardımcı olacağından finansal istikrarın sağlanmasına katkıda bulunur. IMF tarafından hesaplanan finansal gelişim endeksinde her bir gösterge değeri 0 ile 1 arasında değişmektedir. Diğer bir ifadeyle her gösterge 0 ile 1 arasında normalize edilmiştir. Dolayısıyla, zaman ve ülkeler arasında belirli bir değişkenin en yüksek (en düşük) değeri bire (sıfıra) eşittir ve diğer tüm değerler bu maksimum (minimum) değerlere göre ölçülür (Sahay vd. 2015: 5-34).

Ülkelerde enflasyonun diğer iktisadi değişkenler gibi vergi gelirlerini de etkilemesi beklenir. Yüksek enflasyonun kalıcı olduğu ekonomilerde enflasyonun vergiler üzerindeki başlıca etkisi vergi gelirlerini reel olarak aşındırması olacaktır (Akdoğan, 2020: 2250). Aynı zamanda enflasyon oranı, vergi sisteminin yapısı ve vergi gelirlerini pozitif, negatif veya nötr etkilerde bulunabilir. Ancak genelde enflasyonun vergi gelirleri üzerinde nötr bir etkide

bulunması arzulan bir durumdur. Önemli olan vergi gelirlerinin enflasyonun olumsuz yönlerine maruz bırakılmamasıdır. Yine de enflasyonun vergi gelirleri üzerindeki etkisinin pozitif mi, negatif mi olduğu sorusu önem kazanmaktadır (Şen, 2003: 2). Ekonomik yazında enflasyonun vergi gelirleri üzerine farklı tesirleri olduğuna yönelik önemli argümanlar bulunmaktadır. En başta vergilerin enflasyon nedeniyle reel olarak azalacağını ve dolayısıyla devletlerin yüksek enflasyon ile gelirlerinin sınırlanacağını öne süren görüş yer almaktadır (Olivera, 1967; Tanzi, 1977, 1978). Bu bakımdan vergi gelirlerini etkileyen unsurlardan bir tanesinin de enflasyon olduğu ifade edilebilir. Enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde vergi ödemelerinde ve tahsilatta gecikmeler meydana gelmesi durumunda vergi gelirleri olumsuz etkilenecektir. Bunun da reel vergi gelirlerini düşürmesi beklenir. Fakat vergi sisteminde meydana gelen ilerlemeler bu süreyi kısaltmaktadır. Özellikle verginin tarh ve tahsili arasındaki sürenin kısılması söz konusu etkinin çok fazla negatife dönmesini engellemektedir. Enflasyon şirketlerin karlarını düşürerek reel vergi gelirlerinde azalışa neden olmaktadır. Öte yandan gerçek ve tüzel kişilerin edindiği kazançların enflasyon nispetinde artması durumunda enflasyon vergi gelirlerine olumlu yansıyacaktır. Artan oranlı vergiler uygulanması durumunda ise enflasyondan kaynaklanan gelir kaybının fazla olması beklenmemektedir (Koçak vd. 2022: 210). Diğer yandan enflasyonun görece yüksek olması durumunda geçim maliyeti yükselecek ve bu da vergi mükelleflerini vergi kaçırmaya ya da geciktirmeye özendircektir. Türkiye’de ise kayıt dışı ekonomi her daim olmuş ve yıllık enflasyon oranına bağlı olarak değişim göstermiştir (Diler, 2020: 547-548).

Ekonomi teorisinde ve ülkelerin uygulamalarında, en başta vergi gelirlerini daha özelde de kurumlar vergisi gelirini etkileyen çok sayıda unsur bulunmaktadır. GSYH, enflasyon, ekonomik özgürlükler ve yolsuzluk algı endekslerinde meydana gelen artış ya da azalışlar vergi gelirlerine olumlu ya da olumsuz yansıyabilmektedir (Cung, 2019: 188-189). Bu bağlamda literatürde vergi gelirlerinin belirleyicileri üzerine çok sayıda ülke için çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Bu bölümde, literatür incelenirken Türkiye ve diğer ülkeler üzerine yapılan çalışmalar dikkate alınmıştır. Yapılan çalışmaların söz konusu ilişkiyi açıklamada farklı sonuçlar elde ettiği görülmüştür. Ancak literatürde finansal gelişmişlik düzeyi ve enflasyonun vergi gelirleri üzerindeki etkisini ele alan araştırmaların olmadığı görülmüştür. Bu bağlamda; Taha vd. (2013), 1997 - 2008 dönemine ait aylık verileri kullanarak Malezya'nın finansal sisteminde doğrudan vergi geliri ile bankacılık ve bankacılık dışı faaliyetler arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Analiz neticesinde Malezya'da finansal sistem ile vergi geliri arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir. Biçen vd. (2015) Türkiye’de Olivera-Tanzi ve Patinkin etkilerinin geçerliliğini 1999-2014 dönemi

üzerine üçer aylık veriler kullanarak incelemiştir. Bu kapsamda enflasyonla bütçe gelirleri ve enflasyonla bütçe harcamaları arasındaki ilişki ARDL yaklaşımı ve Hsiao nedensellik testiyle ele alınmıştır. Analiz bulgularına göre kısa ve uzun dönem için Olivera-Tanzi ve Patinkin etkileri geçerli değildir. Akram (2016), 1975 - 2014 dönemi için zaman serisi verilerini kullanarak Pakistan'da vergi geliri yaratmada finansal piyasaların rolünü analiz etmeye çalışmıştır. Buna göre uzun dönemde banka şubesi sayısı ve piyasa kapitalizasyonunun vergi geliri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır. Kutbay (2019), G-7 ve BRIC-T ülkeleri üzerine verginin belirleyicilerini analiz etmiştir. Analiz bulgularına göre G-7 ülkelerinde vergi gelirlerini; kişi başına düşen milli gelir, istihdam, küreselleşme derecesi, ücretli çalışan sayısı, sanayi üretim endeksi, enflasyon ve doğrudan yabancı yatırımları artırmaktadır. Yıldız (2019), 1995 - 2017 dönemi üzerine on dokuz yüksek gelirli OECD ülkesi için vergi gelirlerinin ekonomik belirleyicilerini (GMM) tahmincisiyle ele almıştır. Yapılan analizde kişi başına GSYİH'nin vergi gelirlerini pozitif etkilediği; öte yandan kamu harcamaları ile tarımsal katma değer in ise vergi gelirlerini negatif etkilediği sonucuna varılmıştır. Ticari açıklık ile enflasyon oranının ise vergi gelirleri üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Diler (2020), 1988 - 2017 dönemi için zaman serisi teknikleriyle ekonomik özgürlük endeksi ile enflasyonun kurumlar vergisi geliri üzerindeki etkisine bakmıştır. Bulgular, Türkiye'de enflasyonun kurumlar vergisi gelirlerinin nedeni olduğunu, ekonomik özgürlük endeksinin ise kurumlar vergisi gelirlerinin nedeni olmadığını ortaya koymuştur. Diğer yandan kurumlar vergisi gelirlerinin hem ekonomik özgürlük endeksinin hem de enflasyon oranının nedeni olduğu saptanmıştır. Sağdıç ve Yıldız (2021) ise Türkiye üzerine 1986 - 2018 dönemi için finansal gelişmişliğin vergi gelirleri üzerindeki etkisini ARDL analiz yöntemiyle incelemiştir. Analiz bulgularına göre hem kısa hem de uzun dönem için finansal gelişmişlik, ekonomik büyüme ve vergi gelirleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Kaur (2021), Hindistan'da 1996:Q1 - 2017:Q1 dönemi için ARDL analiziyle kısa ve uzun dönemde bütçe açığı ile para arzının enflasyon üzerinde etkisinin olumsuz olduğunu bulmuştur. Erdoğan vd. (2021), COVID-19 pandemisinin Türkiye'de vergi gelirlerine olan etkisini analiz etmiştir. Bu kapsamda 2006:m1 - 2021:m1 dönemi için Türkiye'nin vergi gelirlerinin; ekonomik büyüme, enflasyon ve faiz oranları gibi makro değişkenlerin yanında, COVID-19 pandemisinden kaynaklanan ekonomik krizin etkisini dikkate almak için kukla değişkenin de eklendiği ARDL ve NARDL analiz yöntemleriyle açıklanmak istenmiştir. Analiz bulguları, vergi gelirleri ile ekonomik büyüme ve enflasyon değişkenleri arasında pozitif yönlü; faiz oranları ile ise ters yönlü bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Topuz (2021) ise, 21 gelişmekte olan ülkenin 1990-2017 dönemi için yıllık veri setini kullanarak

finansal gelişmenin vergi gelirleri üzerindeki etkisini panel eşbütünleşme analiziyle incelemiştir. Bulgular, gelişmekte olan ülkelerin finansal gelişiminin vergi gelirleri üzerinde pozitif ve anlamlı etkileri olduğuna dair kanıtlar sunmuştur. Efeoğlu (2021), 22 geçiş ekonomisi için finansal gelişmenin vergi gelirleri üzerindeki etkisini 2004-2018 dönemi için araştırmıştır. Elde edilen bulgulara göre geçiş ekonomilerinde gelişmiş bir finansal sistemin vergi gelirlerini artırıcı bir etkisi saptanmıştır. Benzer şekilde, Oğul (2022) vergi gelirleri ve finansal gelişme arasındaki ilişkiyi Türkiye için ele almıştır. 1980 - 2019 döneminin incelendiği çalışmada, kısa ve uzun dönem için finansal gelişmişlik düzeyinin yükselmesinin vergi gelirlerini artırdığına yönelik bulgulara rastlanmıştır. Akkül (2022) çalışmasında Tanzi etkisinin geçerliliğini Türkiye için 2010:M1 - 2021:M6 dönemini kapsayan aylık zaman serisi verilerini kullanarak analiz etmiştir. Simetrik ve asimetric nedensellik analizinin kullanıldığı çalışmada Tanzi etkisinin güçlü olduğuna yönelik ekonometrik bulgular elde edilmiştir.

Konuya ilişkin literatürde yer alan araştırmaların pek çoğu gelişmekte olan ülkeler üzerine dikkat çekmiştir. Literatürde finansal gelişmişlik, vergi gelirleri ve enflasyon arasında kurulan ilişkilerin tekdüze olmadığı; farklı dönemler, ülkeler ve yöntemlere bağlı olarak değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Bu çalışmada ise enflasyon ve finansal gelişmişliğin vergi gelirleri üzerine etkisi araştırılmıştır. Çalışma bu bakımdan veri seti, örneklem ve yöntem bakımından farklılık sağlama amacı gütmekte ve bu şekilde de literatüre katkı yapması beklenmektedir.

2. VERİ SETİ, YÖNTEM VE BULGULAR

2.1. Veri Seti

Bu çalışmada finansal gelişmişlik düzeyi ve enflasyonun vergi gelirleri ile ilişkisi araştırılmıştır. Analize ilişkin dönemin seçiminde veri kısıtı ile hareket edilmiştir ve bu nedenle çalışma 1981-2020 yılları arasında kapsamaktadır. Çalışmaya ait veri setinin kaynakları ve tanımlayıcı istatistikler Tablo 1 ve Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 1. Veri Seti ve Kaynakları

Değişkenler	Kısaltması	Kaynak
<i>Vergi gelirleri / GSYİH</i>	<i>VG</i>	<i>OECD</i>
<i>Finansal Gelişmişlik Endeksi</i>	<i>FGE</i>	<i>IMF</i>
<i>Enflasyon Oranı</i>	<i>ENF</i>	<i>WB</i>

Türkiye için 1981-2020 arası gözlem değeriyle gerçekleştirilen çalışmanın daha iyi yorumlanabilmesi için tüm serilerin logaritması alınarak modele dâhil edilmiştir. Çalışmada gözetilen amaç doğrultusunda oluşturulan tahmin denklemi eşitlik (1)'de sunulmuştur.

$$LnVG = \beta_0 + \beta_1 LnFGE + \beta_2 LnENF + \varepsilon_i \quad (1)$$

Tablo 2. Verilerin Tanımlayıcı İstatistikleri

	<i>LnVG</i>	<i>LnFGE</i>	<i>LnENF</i>
Ortalama	2.957508	-1.121751	3.242426
Ortanca	3.131899	-1.023086	3.495321
Maksimum	3.246724	-0.617060	4.656006
Minimum	2.342479	-1.967766	1.832738
Standart Sapma	0.279525	0.432783	0.953661

2.2. Yöntem ve Bulgular

Zaman serilerinde ilk aşamada analize dâhil edilen değişkenlerden tutarlı ve güvenilir sonuç almak amacıyla değişkenlerin durağan olup olmadığı tespit edilir. Birim kök testi olarak da ifade edilen durağanlık testi sonuçlarında değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin ortaya çıkabilmesi için serilerin birim kök içermemesi gerekir. Aksi halde bu durum sahte regresyon sorununa yol açmakta ve analiz sonucu değişkenler arasındaki gerçek ilişkiyi yansıtmamaktadır (Gujarati, 1999). Dolayısıyla analizden elde edilen sonuçların doğru değerlendirilebilmesi için herhangi bir serinin durağanlığının sınanması diğer bir ifadeyle birim kök içerip içermediği dikkate alınmalıdır. Bu kapsamda çalışmada değişkenlerin durağanlık analizleri Genişletilmiş (Augmented) Dickey-Fuller (ADF, 1981) ve Phillips-Perron (1988) testleriyle sınanmıştır. Birim kök testleri hem sabitli hem de sabitli-trendli modeller bazında analiz edilmiştir. Tablo 3'e göre, tüm değişkenler ADF ve PP test sonuçlarına göre en fazla birinci farkta durağan hale geldiğinden analizde ARDL sınır testi kullanılmıştır.

Tablo 3. ADF ve Phillips-Perron Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler		ADF Birim Kök Testi		Phillips-Perron Birim Kök Testi	
		Düzye	Birinci Fark	Düzye	Birinci Fark
LnVG	Sabit	-0.9783 (0.7515)	-4.9733 (0.0002)***	-1.0046 (0.7422)	-4.8704 (0.0003)***
	Sabit ve Trend	-1.1038 (0.9154)	-4.9788 (0.0014)***	-1.3136 (0.8697)	-4.9304 (0.0016)***
LnFGE	Sabit	-1.6563 (0.4450)	-6.2105 (0.0000)***	-2.8077 (0.0664)*	-7.1119 (0.0000)***
	Sabit ve Trend	-2.3894 (0.3790)	-6.2514 (0.0000)***	-2.0981 (0.5307)	-13.5502 (0.0000)***
LnENF	Sabit	-0.8543 (0.7920)	-5.4465 (0.0001)***	-0.8543 (0.7920)	-5.4385 (0.0001)***
	Sabit ve Trend	-1.6138 (0.7692)	-5.4043 (0.0004)***	-1.6138 (0.7692)	-5.3955 (0.0004)***

Not. ADF testinde gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Schwarz bilgi kriteri kullanılmıştır. PP testinde ise gecikme uzunluğu Bartell-Kernel yöntemi ve bant genişliği Newey Bandwith yöntemi ile belirlenmiştir. ***, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyesini ifade etmektedir.

ARDL sınırlı testi iki aşamadan meydana gelmektedir. İlkinde değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin varlığı ortaya koyulur. İkincisinde ise uzun dönem ve kısa dönem nedensellik ilişkisi hata düzeltme terimi (ECT) çerçevesinde tahmin edilir. Bu kapsamda değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığını saptamak amacıyla modelin çalışmaya uyarlanmış formu eşitlik (2)'de ortaya koyulmuştur.

$$\Delta \ln VG_t = \varphi_0 + \omega_1 \ln VG_{t-1} + \omega_2 \ln FGE_{t-1} + \omega_3 \ln ENF_{t-1} + \sum_{i=1}^a \gamma_{1i} \Delta \ln VG_{t-k} + \sum_{i=0}^b \gamma_{2i} \Delta \ln FGE_{t-k} + \sum_{i=0}^c \gamma_{3i} \Delta \ln ENF_{t-k} + \varepsilon_t \quad (2)$$

Burada φ_0 sabit terimini, ε_t hata terimini, Δ serilerin birinci farkını, $\omega_{1,3}$ uzun dönem çarpanlarını ve a, b ve c ise değişkenlere ait gecikme uzunluğunu temsil etmektedir.

ARDL modelinde eşbütünlüğün varlığı; $H_0: \omega_1 = \omega_2 = \omega_3 = 0$ ve $H_1: \omega_1 \neq \omega_2 \neq \omega_3 \neq 0$ hipotezleri ile test edilmektedir. Test sonuçlarından elde edilen F istatistiği sonuçları sınırın üstündeyse H_0 reddedilerek eşbütünlük vardır;

sınırın altındaysa H_0 reddedilemeyerek eşbütünleşme yoktur sonucuna varılmaktadır. Elde edilen sonuç alt sınır ve üst sınırın arasında kalırsa herhangi bir yorum yapılmamaktadır (Pesaran vd. 2001). Bu bağlamda ARDL test sonuçları Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4. ARDL Modeli Test Sonuçları

	<i>ARD L Model i</i>	<i>F- İstatisti ği</i>	<i>Diagnostik (Tanısal) Testler</i>			
			X_{BPG}^2	<i>Jarque- Bera</i>	X_{BG}^2	<i>Ramsey Reset Testi</i>
<i>F(LnVG- LnFGE- LnENF</i>	(1, 0, 1)	4.70548 9	3.36505 8 (0.4987)	1.924801 (0.38197 5)	0.53553 5 (0.7651)	0.60995 9 (0.4404)
<i>Anlamlılı k Seviyesi</i>	<i>Alt Sınır I(0)</i>		<i>Üst Sınır I(1)</i>			
%1	4.13		5			
%5	3.1		3.87			
%10	2.63		3.35			

Not. Çalışmada uygun gecikme uzunluğu “1” olarak alınmıştır. Gecikme uzunluğunun tespiti “FPE”, “SC” ve “HQ” bilgi kriterlerine göre belirlenmiştir. X_{BG}^2 , Breusch Godfrey LM otokorelasyon testi; X_{BPG}^2 , Breusch-Pagan-Godfrey değişen varyans testlerini göstermektedir.

Hesaplanan F istatistiği üst kritik değerin üzerinde olduğu için vergi gelirleri ile finansal gelişim endeksi ve enflasyon arasında %5’te uzun dönemli bir eşbütünleşmenin olduğu saptanmıştır. Modelin diagnostik test sonuçlarına göre ise Breusch-Pagan-Godfrey, Breusch Godfrey LM, Jarque-Bera ve Ramsey Reset testleri ile elde edilmiştir. Buna göre normallik dağılımı Jarque-Bera testi ile araştırılmış ve hata terimlerinin normal dağıldığı tespit edilmiştir. Breusch-Pagan-Godfrey testine göre modelde değişen varyans sorunu yoktur. Breusch Godfrey LM testi sonuçları modelde otokorelasyon sorunu olmadığını ortaya koymuştur. Son olarak modelin spesifikasyonu Ramsey Reset testi ile araştırılmış olup model kurma hatasının olmadığı tespit edilmiştir. Değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin olduğu belirlendikten sonra değişkenlerin kısa dönemdeki ilişkisi hata düzeltme modeli ile belirlenmiştir. Hata düzeltme modelinin çalışmaya uyarlanmış hali eşitlik (3)’de ortaya koyulmuştur.

$$\Delta \ln VG_t = \varphi_0 + \sum_{i=1}^a \gamma_{1i} \Delta \ln VG_{t-k} + \sum_{i=0}^b \gamma_{2i} \Delta \ln FGE_{t-k} + \sum_{i=0}^c \gamma_{3i} \Delta \ln ENF_{t-k} + \beta ECT_{t-1} + \varepsilon_t \quad (3)$$

ECT_{t-1} uzun dönem ilişkisinden elde edilen hata terimleri serisinin bir dönem gecikmeli değerini gösterirken β katsayısı kısa dönemde meydana gelen şoklardan sonra sistemin uzun dönem dengesine uyarlanma hızını göstermektedir (Oteng-Abayie & Frimpong, 2006). Hata düzeltme teriminin (ECT) yorumlanabilmesi için katsayının negatif ve istatistiki olarak anlamlı olması beklenmektedir. Kurulan modelde ise hata düzeltme terimi katsayısı olan (ECT) negatif ve istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Bu kapsamda değişkenlere ait kısa ve uzun dönem sonuçları ile ARDL modeli hata düzeltme katsayısı tahmini Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Kısa ve Uzun Dönem Test Sonuçları ile Hata Düzeltme Katsayısı Tahmini

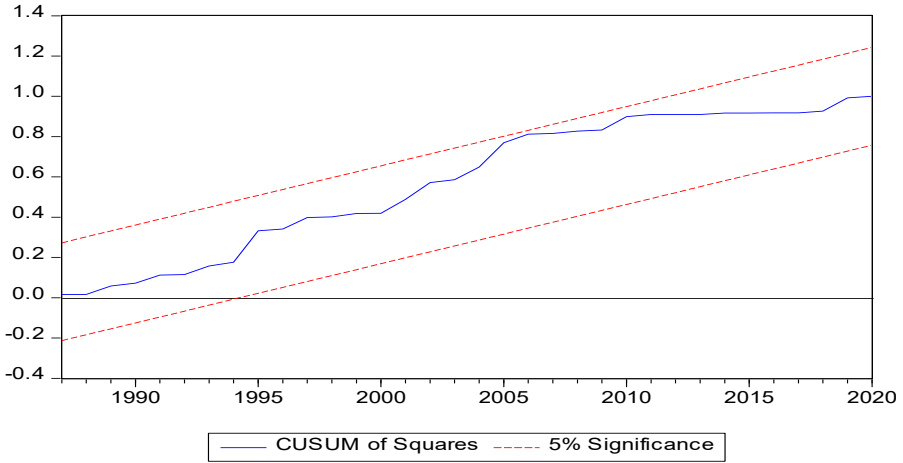
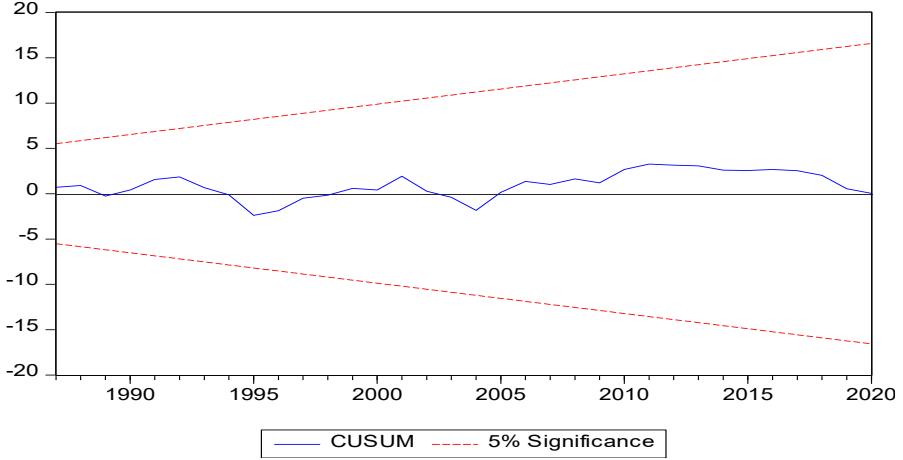
<i>Kısa Dönem Katsayılar</i>		<i>Uzun Dönem Katsayılar</i>		<i>Hata Düzeltme Katsayısı Tahmini</i>	
<i>Değişkenler</i>	<i>Katsayılar</i>	<i>Değişkenler</i>	<i>Katsayılar</i>		
<i>LnVG(-1)</i>	0.740292 (0.0000)***	<i>LnFGE</i>	0.757991 (0.0000)***	<i>ECT(-1)</i>	-0.259708 (0.0001)***
<i>LnFGE</i>	0.196856 (0.0015)***	<i>LnENF</i>	0.103007 (0.0876)*		
<i>LnENF</i>	-0.055844 (0.0681)*	<i>C</i>	3.497798 (0.0000)***		
<i>LnENF(-1)</i>	0.082595 (0.0070)***				
<i>C</i>	0.908405 (0.0054)***				
<i>R²</i>	0.970008				
<i>Düzeltilmiş R²</i>	0.966480				

Not. ***, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyesini ifade etmektedir.

ARDL uzun dönem katsayılarına göre finansal gelişmişlik endeksinin vergi gelirleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu saptanmıştır. Buna göre uzun dönemde finansal gelişmişlikte görülecek yüzde birlik bir artışın vergi gelirlerini yüzde 0,75 artırması beklenmektedir. Aynı şekilde enflasyon oranının vergi gelirleri üzerindeki etkisi istatistiksel olarak

anlamli ve negatif bulunmuştur. Uzun dönemde enflasyon oranlarında yaşanacak yüzde birlik bir artışın vergi gelirlerini yüzde 0.10 oranında artırması beklenmektedir.

Grafik 1. CUSUM ve CUSUMSQ Testleri



Grafik-1’de ARDL sınır testi yaklaşımında tahmin edilen uzun dönem katsayılarının istikrarlı olup olmadıklarına yönelik CUSUM (kümülatif toplam) ve CUSUMSQ (kümülatif karelerin toplamı) testleri verilmiştir. Elde edilen sonuçlar ardışık artıkların %5 kritik değer sınırlarının dışına çıkmadığını ortaya koymaktadır. Her iki test istatistik grafiklerinin eğrileri de %5 anlamlılık düzeyinde alt ve üst kritik değerlerin içinde yer almaktadır ve bu da modelde katsayıların istikrarlı olduğunu göstermektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ülkelerin toplumun ihtiyaçlarını karşılaması için gereksinim duyduğu birincil finansman kaynağı vergi gelirleridir. Özellikle kalkınma yolunda ilerleyen gelişmekte olan ekonomilerde devletin ekonomik, sosyal, siyasi ve daha birçok başka işlevleri de yerine getirmesi beklenmektedir. Ülkelerin finansal kurumları iyi gelişmiş, şeffaf ve etkinse, işletmeler ve vergi mükellefleri işlemlerini yürütmek için bu kurumları kullanacaklardır. Bununla birlikte vergi toplayan makamlar da bu kurumlardan vergi mükelleflerinin gelir ve varlıkları hakkında daha şeffaf bilgiler elde edecektir. Finansal piyasaların gelişimi Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümesi ve kalkınması için öncelikli sırada gelmektedir. Çünkü finansal kalkınmanın ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu açıktır. Bu ve benzeri nedenlerden dolayı, finansal gelişmişlik vergilerin tahsilatı ve etkinliğini doğrudan etkileyecektir.

Bu çalışmada, “Türkiye’de finansal gelişmişlik vergi gelirlerine ne ölçüde yansımaktadır?” “Türkiye’de enflasyonun vergi gelirleri üzerinde etkisi var mıdır?”, sorularına yanıt aranmıştır. Bu kapsamda Türkiye’de 1981–2020 dönemi için vergi gelirleri ile finansal gelişmişlik endeksi ve enflasyon arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre hem kısa hem de uzun dönem katsayıları istatistiksel olarak anlamlıdır. Uzun dönem katsayılarına göre finansal gelişmişlik endeksinin vergi gelirleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu saptanmıştır. Buna göre uzun dönemde finansal gelişmişlikte görülecek yüzde birlik bir artışın vergi gelirlerini yüzde 0,75 artırması beklenmektedir. Aynı şekilde enflasyon oranının vergi gelirleri üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bulunmuştur. Uzun dönemde enflasyon oranlarında yaşanacak yüzde birlik bir artışın vergi gelirlerini yüzde 0.10 oranında artırması beklenmektedir. Modelde ECT_{t-1} katsayı değeri kısa dönemde ortaya çıkan şokların bir dönem sonra % 25 oranında düzeltilerek uzun dönem denge değerlerine yaklaştığını göstermektedir. Çalışmada elde edilen sonuçlar; Taha vd. (2013), Akram (2016), Kutbay (2019), Erdoğan vd. (2021), Sağdıç ve Yıldız (2021), Oğul’un (2022) ulaştığı sonuçlar ile benzerlik göstermektedir.

Enflasyonun vergi gelirleri üzerindeki aşındırıcı yönü (Tanzi etkisi) sıklıkla tartışılmaktadır. Enflasyon hem emisyon gelirlerinde hem vergi matrahında nominal artışlar yaratarak kamuya ek finansman sağlamakta, öte yandan Tanzi etkisiyle gelirin reel değerini düşürmektedir. Bu nedenle vergi sistemleri üzerinde enflasyonun etkilerini azaltıcı endeksleme, yeniden değerlendirme ve geçici vergi gibi bazı tedbirlerin geliştirilmesi önemlidir (Erdoğan vd. 2021). Kamunun finansman ihtiyacının karşılanmasında vergilerin önemi yadsınamaz. Bu çalışmada elde edilen bulgular da finansal gelişmişliğin vergi gelirleri üzerine olumlu etkisini ortaya koymuştur. Sonuç olarak, Türkiye’de finansal sistemin gelişmesi vergi gelirlerini artıracaktır.

KAYNAKÇA

- Akduğan, U. (2020). Enflasyon ve Dolaylı Vergiler Arasındaki Bağlantı: Türkiye Örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(4), 2248-2262.
- Akgül, A. (2022). Türkiye’de Enflasyon ile Vergi Gelirleri İlişkisinin Simetrik ve Asimetrik Nedensellik Analizi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(2), 455-478.
- Akram, N. (2016). Do financial sector activities affect tax revenue in Pakistan?. *The lahore journal of economics*, 21(2), 153-169.
- Bıçen, Ö. F., Görüş, M. Ş. & Türköz, K. (2015). Olivera-Tanzi ve Patinkin etkilerinin Türkiye’de geçerliliğinin incelenmesi. *Maliye Dergisi*, 168, 170-185.
- Bose, N., Capasso, S. & Andreas Wurm, M. (2012). The impact of banking development on the size of shadow economies. *Journal of Economic Studies*, 39(6), 620-638.
- Capasso, S. & Jappelli, T. (2013). Financial development and the underground economy. *Journal of Development Economics*, 101, 167-178.
- Cung, N. H. (2019). Impact of economic freedom index and corruption perceptions index on corporate income tax revenue in Vietnam. *European Scientific Journal*, 15(28), 185-196.
- Dickey, D. A. & Fuller, W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica*, 49(4).
- Diler, H. G. (2020). Türkiye’de ekonomik özgürlük endeksi ve enflasyonun kurumlar vergisi geliri üzerindeki etkisi. *Econder International Academic Journal*, 4(2), 530-550.
- Efeoğlu, R. (2021). Finansal gelişmenin vergi gelirleri üzerine etkisi: Geçiş ekonomileri örneği. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 312-325.
- Erdoğan, H., Demir, M. & Önder, R. (2021). COVID-19 salgınının Türkiye’nin vergi gelirleri üzerine etkisi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(43), 6478-6506.
- Gilbert, S. & Ilievski, B. (2016). Banks, development, and tax. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 61, 1-13.
- Gujarati, D. N. & Porter, D. C. (1999). *Essentials of econometrics*, Irwin/McGraw-Hill, 4th. Edition, Boston. Alınan yer Academia
- Kaur, G. (2021). Inflation and fiscal deficit in India: An ARDL approach. *Global Business Review*, 22(6), 1553-1573.
- Koçak, S., Karış, Ç. & Çil, D. (2022). Enflasyon, Enflasyon Oynaklığı ve Vergi Gelirleri Arasındaki Dinamik İlişkiler: Türkiye Örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (36), 209-222.

- Oğul, B. (2022). Türkiye’de Finansal Gelişmenin Vergi Gelirleri Üzerine Etkisinin Zaman Serisi Analizleri ile İncelenmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 967-979.
- Olivera, J. H. (1967). Money, Prices and Fiscal Lags: A Note on the Dynamics of Inflation, *PSL Quarterly Review*. 20(82), 259-267.
- Oteng-Abayie, E. F. & Frimpong, J. M. (2006). Aggregate import demand and expenditure components in Ghana: An econometric analysis. MPRA Paper No. 599,10.
- Pata, K. & Ela, M. (2020). Türkiye’de finansal gelişmenin vergi gelirleri üzerindeki etkileri: Fourier eşbütünleşme ve nedensellik testleri. *Mali Çözüm Dergisi*, 30, 171-188.
- Pesaran, M. H., Shin, Y. & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics* 16 (3), 289–326.
- Phillips, P. C. B. & Perron, P. (1988). Testing for unit roots in time series regression. *Biometrika*, 75, 335–346.
- Sağdıç, E. N. & Yıldız, F. (2021). Küreselleşme sürecinde finansal gelişmişliğin vergi gelirleri üzerindeki etkisi: Türkiye örneği (1986-2018). *The Journal of International Scientific Researches*, 6(2), 108-122.
- Sahay, R., Čihák, M., N’Diaye, P., Barajas, A., Bi, R., Ayala, D. & diğerleri (2015). Rethinking financial deepening: Stability and growth in emerging markets (SDN/15/08). IMF Staff Discussion Notes (SDNs) SDN/15/08. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2015/sdn1508.pdf>, Erişim Tarihi: 09.02.2023
- Şen, H. (2003). Olivera-Tanzi etkisi: Türkiye üzerine ampirik bir çalışma. *Maliye Dergisi*, 143.
- Taha, R., Colombage, S. R., Maslyuk, S. & Nanthakumar, L. (2013). Does financial system activity affect tax revenue in Malaysia? Bounds testing and causality approach. *Journal of Asian Economics*, 24, 147-157.
- Tanzi, V. (1977). Inflation, Lags in Collection, and the Real Value of Tax Revenue, *International Monetary Fund Staff Papers*, 24 (1), 154–167.
- Tanzi, V. (1978). Inflation, Real Tax Revenue, and the Case for Inflationary Finance: Theory with An Application to Argentina, *International Monetary Fund Staff Papers*, 25(3), 417–451.
- Topuz, S. H. (2021). Gelişmekte olan ülkelerde finansal gelişmenin vergi gelirleri üzerindeki etkisi. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, 7(1), 7-15.

Yıldız, B. (2019). Vergi gelirlerinin ekonomik belirleyicileri üzerine ampirik bir analiz: Yüksek gelirli OECD ülkeleri örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 17(3), 324-339.

22. Bölüm

Finansman Gider Kısıtlaması Uygulamasında Yaşanılan Sorunların Tespiti*

Selçuk TEKİN¹

*Bu çalışma; 12-13 Mart 2022 tarihlerinde Plovdiv/Bulgaristan'da gerçekleştirilen XVII. IBANESS Congress Series on Economics, Business and Management kongresinde sunulan ve kongre kitapçığında özeti yayımlanan ve sözlü sunulan “Enflasyonist Ortamlarda Finansman Gider Kısıtlamasının Uygulanabilirliği Üzerine Bir İnceleme” isimli bildirinin genişletilmiş halidir.

1 Dr. Öğr. Üyesi Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, selcuktekin@trakya.edu.tr ORCID: 0000-0003-2725-0651.

GİRİŞ

Türk Vergi Sistemi modern vergicilik anlayışına paralel olarak beyan esası üzerine kurgulanmıştır. Bu kapsamda birçok maddi vergi türünün Hazine ve Maliye Bakanlığı'na şekli önceden belirlenmiş beyannamelerle beyan edildiği görülmektedir. Günümüzde elektronik altyapının yaygınlaşması ile birlikte neredeyse tüm beyannameler elektronik olarak verilebilmektedir. 2021 yıl sonu itibarıyla kâğıt beyanname alınma oranı %0,13, elektronik beyanname oranı ise %99,87 olmuştur (GİB, 2021:111). Beyan esasının özünde de gerçek gelirlerin tespit edilmesi ve buna uygun bir vergilendirme rejiminin tesis edilmesi gerekmektedir. Mükellefler tarafından beyan edilecek matrahlarla ulaşabilmek için elde edilen hasılatlardan temeli kanunlarla ve diğer düzenleyici işlemlerle belirlenmiş maliyetler ile giderlerin indirilmesi gerekmektedir.

Vergi sistemimizin dolaysız vergi türleri arasında yer alan gelir vergisi ve kurumlar vergisinin matrahları; oluşan kazanç/irat veya kurum kazancı şeklinde belirlenerek ilgili beyannamelere dahil edilirler. Beyannamelere yansıtılan matrahi oluşturan kalemlere erişebilmek için ilgili bulunan takvim yılında/hesap döneminde elde edilen hasılatlardan maliyetler mahsup edilip kanunların izin verdiği giderlerin indirilmesi gerekmektedir. Gerek gelir vergisi mükelleflerinden ticari kazanç elde edenler ve gerekse kurumlar vergisi mükellefleri 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun (GVK'nın) (06.01.1961 tarih ve 10700 sayılı Resmî Gazete) 41'inci maddesinde belirtilen gider kabul edilmeyen ödemeleri de dikkate almak zorundadırlar. Gider kabul edilmeyen ödemelerin yasa koyucu tarafından tadâd edilmesinin getirdiği vergileme sorunları biryana mevcut düzenlemelerde de kimi sorunların olduğu görülmektedir. Bu düzenlemelerden biri de finansman gider kısıtlaması olarak belirlenen ve normal koşullarda tamamının indirimi mümkün bulunan komisyon, vade farkı, kur farkı gibi giderlerin kısıtlanarak indirilmesinin kabul edilmesidir. Gelir ve kurumlar vergisi matrahları belirlenirken mükelleflerce kendi öz kaynaklarının kullanımını özendirmek amacıyla ihdas edilen anılan düzenleme 2012 yılında kabul edilen 6322 sayılı kanunla (15.06.2012 tarih ve 28324 sayılı Resmî Gazete) 01.01.2013 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir. İhdas edilen yeni kanunla mükelleflerce işletmeleri bünyesinde kullanılan yabancı kaynaklardan öz kaynaklarını aşan kısmına isabet eden faiz, komisyon, kur farkı, vade farkı gibi ödemelerin en çok %10 olmak üzere Cumhurbaşkanınca belirlenecek kısmının gider olarak indirilebileceği, bu tutarı aşan kısımların ise kanunen kabul edilmeyen gider (KKEG) olarak matrahlarla dahil edilmesi gerektiği düzenlenmiştir. Cumhurbaşkanı bu oranı, yasal düzenleme gerçekleştirildikten yaklaşık 9 yıl sonra 03.02.2021 tarih ve 3490 sayılı Kararı (04.02.2021 tarih ve 31385 sayılı Resmî Gazete) ile 01.01.2021 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere

belirlemiştir. Belirlenen oran yine %10 olmuştur ve bir genel tebliğ ile de idari düzenlemeler yapılmıştır. Mükelleflerce yabancı kaynağa daha çok gereksinim duyulduğu bir ortamda finansman giderlerinin bir kısmının indiriminin mümkün bulunmamasına yönelik düzenlemeyi uygulamaya başlamak mükellefler yönünden yaratılan beklentileri etkilediği gibi enflasyon ve döviz kurlarının arttığı bir dönemde matrahları artırıcı da bir etki yaratmıştır. İdari düzenlemeler yoluyla yasal hükümlerin sınırlandırıldığı bu uygulama mali ve hukuki yönden sorunlara yol açabilecek özelliktedir.

Çalışmamızda finansman gider kısıtlaması uygulamasının temel öğeleri belirlenirken gerek hukuksal zeminde gerekse uygulamada ortaya çıkabilecek sorunları ve çözüm önerilerini sunma çabası yer almaktadır.

1. FİNANSMAN GİDER KISITLAMASININ TEMEL GEREKÇESİ

İşletmeler, faaliyetleri sırasında yapacakları mal ya da hizmet alış ve satışlarına yönelik bir kaynak gereksinimi içindedirler. Bu çerçevede borç ve sermaye yapıları ve aralarındaki ilişki önemli bir işlev görmektedir. Yapılacak yatırımlar için kaynağa gereksinim duyulduğunda bu kaynağa nasıl ulaşılabileceği ve ne şekilde elde edileceği hususu da öne çıkmaktadır. Yapılacak yatırımlar için doğru ve yerinde kaynak kullanımına yönelik tercihler, işletmelerin faaliyetlerinin devamı açısından ciddi kararları oluşturmaktadır. Yapılacak yatırımların finansmanı, gelecek projeksiyonu bakımından etkili sonuçlar doğurabilecek özelliktedir. Dolayısıyla yatırım ve cari faaliyetlere dair kullanılacak kaynağın seçimi işletmelerin fayda-maliyet analizi yapmalarına sebep olmaktadır. Verilecek yanlış bir karar işletmenin tasfiyesi ile sonuçlanabilecek ağır etkilerde bulunabilmektedir. Katlanılacak maliyet ve gider unsurları bir yandan yatırımın etkinliğini diğer yandan da matrahı ve dolayısıyla ödenecek vergiyi de belirlemektedir.

İşletmeler, vergi planlaması çerçevesinde katlanacakları maliyet kalemlerini ve kendilerine sunulan vergisel olanakları sonuna kadar kullanmak gayreti içerisine girmektedirler. Bu kapsamda olmak üzere özellikle vergi kanunlarında yer alan hükümleri dikkate alarak gelecek planlamalarını da yapmaktadırlar. Bir başka ifade ile vergi kanunları ve buna yönelik yapılan idari düzenlemeler, mükelleflerin faaliyet yönünü, yatırım kararlarını, alım-satım biçimleriyle istihdam tercihlerine kadar birçok kararını doğrudan etkilemektedir. Verilecek kararlara etkisi bulunan vergisel düzenlemeler temel vergilendirme ilkelerine uygun olduğu, belirlilik ile hukuki güvenlik ilkelerine uyum sağlayıcı özelliklere sahip bulunduğu sürece mükelleflerce sağlıklı planlama yapılabilmektedir. Buna karşın sürekli değişkenlik arz eden ve öngörülemez vergisel düzenlemeler, piyasayı ve mükellefleri olumsuz etkilerler. Bu yüzden ki vergi dünyasında gerçekleştirilecek ve etkisi mükelleflere ve bu yönüyle

tüm ekonomiye yayılan sonuçları itibariyle güçlü bir politika aracı olan yasal ve idari tasarrufların önemi oldukça büyüktür.

İşletmelerin iş ve işlemlerine yönelik olarak gerçekleştirecekleri faaliyetlerin yönünü etkileyen unsurlardan biri de finansman olanaklarıdır. Finansman olanakları gerek işletme içi kaynaklardan gerek cari işlemlerden ve gerekse de dış kaynaklardan temin edilmek suretiyle değerlendirilmeye alınabilmektedir. Özellikle enflasyonist ortamlarda öz kaynakları erime durumunda kalan işletmeler açısından finansman gereksinimi dış kaynaklara yönelebilmektedir. Ülkemizde de nominal faiz oranları ile enflasyon oranları arasında zaman zaman meydana gelen çekişmede reel faizin negatif olduğu durumlarda dış finansman kaynaklarına yönelmenin rasyonel bir tercih olacağı açıktır. Diğer yandan finansman gereksinimini öz kaynaklar yerine dış kaynaklara yöneltmenin artması, makro ekonomik sorunlar karşısında mali yönden yüksek riskli işletmelerin artmasına ve böylece ülke ekonomisinde negatif sonuçlar doğmasına neden olabilecektir (Yazgan ve Saldanlı, 2022:881). Buna karşın özellikle enflasyon oranlarının yüksek olduğu dönemlerde sürekli biçimde finansman yönteminin dış kaynaklara yöneltilerek tahakkuk eden faiz, kur farkı, komisyon gibi ödemelerin giderleştirilmesi suretiyle vergi matrahının aşındırması da ortaya çıkmaktadır. Bu noktada yapılan finansman yöntemlerinin yatırıma yönlendirilenler hariç olmak üzere mütemadiyen gider oluşturarak matrahı eritme özelliğine sahip olmaması adına yasa koyucu tarafından bir kısıtlama getirmesi amaçlandığı söylenebilir. Nitekim yasa koyucunun maddeye yönelik sunulan teklifteki gerekçesinde işletmelerin öz kaynaklarının güçlenmesinin ülke ekonomisi için önemli olduğu, finansman gereksinimi bulunan firmaların bunu yabancı kaynakları yerine kendi kaynaklarına yönelerek sağlanmasının teşvik edildiği (6322 sayılı Kanun Gerekeşi, <https://www5.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem24/yil01/ss258.pdf>, 12.01.2023) belirtilmektedir. Diğer bir deyimle öngörülen yasal düzenleme ile finansman gereksiniminin karşılanması aşamasında kullanılan işlemde kaynaklanan giderlerin daraltılması (Erdem, 2012:318) suretiyle vergi planlama aracı olarak kullanımı engellenmek istenmiş, kendi kaynaklarını kullanmasını seçeneğini değerlendirmesine yönelik bir etki yaratılmak amaçlanmıştır. Dolayısıyla finansman gider kısıtlaması, bir tür vergi güvenlik müessesesi konumundadır. Bu suretle devletin pastadaki kendi payının azalmasına izin vermediği anlaşılmaktadır (Taştan, 2022:30). Bir başka deyişle finansman gider kısıtlaması; mükelleflerin finansman gereksinimlerini yabancı kaynaklardan ziyade kendi öz kaynaklarından karşılanmasını teşvik eden bir uygulama (Aydın, Demir ve Hatipoğlu, 2022:61) olarak, ileride finansal sorunlar yaşanmaması adına alınmasını gereken bir ön tedbir niteliğindedir. Böylece işletmelerin yabancı kaynakları sebebiyle çeşitli giderlerle muhatap olmamaları ve borç sarmalına girmemeleri hedeflenmektedir (Kızıl, 2021:12). Belirtmek gerekir ki; bu uygulama, mükelleflerin sadece matrahlarının

artmasına neden olmamakta aynı zamanda sermaye yapılarını da etkilemektedir (Kandır ve Yakar, 2022:13).

2. FİNANSMAN GİDER KISITLAMASI HÜKÜMLERİ VE ÖZELLİKLERİ

2.1. Kapsam

Finansman gider kısıtlaması uygulaması ilk kez 01.01.1995 tarihinde uygulanmak üzere 4008 sayılı kanunla (06.07.1994 tarih ve 21982 sayılı Resmî Gazete) düzenlenmiş, ardından enflasyon düzeltmesi hükümlerinin ihdasıyla 5024 sayılı kanunla (30.12.2003 tarih ve 25332 sayılı Resmî Gazete) 01.01.2004 tarihinden itibaren yürürlükten kaldırılmıştır. Daha sonra 6322 sayılı kanunla ve 01.01.2013 tarihinden itibaren yeniden düzenlenmiştir. Yapılan yeni düzenlemeye göre yabancı kaynakların öz kaynakları aşması durumunda yabancı kaynaklar hesabına düşen bazı gider unsurlarının en fazla %10'luk kısmının gider olarak indirilmesi kabul edilmemektedir. Bir başka ifade ile yasa ile Cumhurbaşkanınca belirlenecek bir oranda ancak en fazla %10 şeklinde belirlenecek bir oranda finansman giderlerinden bir kısıtlama yapılması söz konusu olacaktır.

Gerçekleşen bir gider unsurunun kazancın tespitinde indirim konusu yapılabilmesi için temel olarak bu giderin iş ve işletme ile ilgili bulunması, belgeye bağlı olması (Arslan, 2020:39), kazancın sürekliliğinin sağlanması (Öner, 2017:67), gider ile kazanç arasında bir illiyet bağının aranılması gerekmektedir. Ancak genel kural bu olmakla birlikte yine yasa koyucu tarafından bir takım gider unsurlarının kazancın belirlenmesi noktasında indirimi kabul edilmemektedir. GVK'nın 41'inci maddesi ile Kurumlar Vergisi Kanunu'nun (KVK'nın) (21.06.2006 tarih ve 26205 sayılı Resmî Gazete) 11'nci maddesi bu gereklilikle tanzim edilmiştir. Nitekim gerek GVK'nın 41'inci maddesinin 1'inci fıkrasının 9'uncu bendindeki "Gider kabul edilmeyen ödemeler", gerekse KVK'nın 11'inci maddesinin 1'inci fıkrasının 1'inci bendindeki "Kabul edilmeyen indirimler" hükümlerinde öz kaynakları aşan yabancı kaynak girişinde bulunan işletmelerin bu yöndeki gider ve maliyet kalemlerinin %10'u aşan kısmının indirimi kabul edilmemektedir. Ancak bu gider unsurlarından yatırımın maliyetine eklenenler kapsam dışında bırakılarak yatırımların önüne geçebilecek vergisel bir engel meydana çıkarılmamıştır.

Bahsi geçen son düzenlemede, bazı kurumlar vergisi mükellefleri yönünden gider kısıtlaması uygulamasının yapılmaması esası benimsenmiştir. Bir başka ifade ile;

- Emeklilik şirketleri,
- Mevduat, katılım ve kalkınma bankaları, katılım ve yatırım bankaları, bu nitelikte olup yurtdışında kurulmuş ve Türkiye'de şubeleri bulunanlar ile finansal holdingler,

- Sigorta ve reasürans şirketleri,
- Finansal kiralama, faktöring, finansman ve tasarruf şirketleri,
- Sermaye piyasası faaliyetinde bulunan kurumlar,

finansman gider kısıtlaması uygulaması kapsamı dışında tutulmuşlardır. Bununla birlikte gider kısıtlamasına bilanço esasına tabi mükellefler uyacaklarından işletme hesabı esasındaki gelir vergisi mükellefleri de uygulama dışında bulunmaktadır.

Uygulama kapsamında yer alan mükellefler aynı zamanda geçici vergi mükellefleri de olduklarından bu mükellefler, her bir geçici vergi dönemi sonu itibariyle çıkaracakları bilançolarını dikkate alarak öz kaynak ve yabancı kaynak bilgilerini ve tutarlarını karşılaştırarak kapsamda olup olmayacaklarını da saptayacaklardır.

2.2. Kapsamda Yer Alan Gider ve Maliyetler

Kanun koyucu öncelikle yatırımların maliyetine intikal ettirilen gider ve maliyetler için finansman gider kısıtlaması yapılmamasını düzenlemiştir. Yatırım olduğu kabul edilen iktisadi değerlerin maliyet bedelleri Vergi Usul Kanunu'nun (VUK'un) (10,11,12.01.1961 tarih ve 10703 10704, 10705 sayılı Resmî Gazeteler) 262'nci maddesinde gösterilmiş, 163 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği'nde (27.01.1985 tarih ve 18648 sayılı Resmî Gazete) bu hususa ilişkin açıklamalarda bulunulmuştur. Bu çerçevede yatırımın finansmanında kullanılan kredilere yönelik tahakkuk eden faizlerin ve bunlara ilişkin kur farklarının kuruluş dönemine (iktisadi kıymetlerin envantere dahil edildiği dönemine) ilişkin bulunanlarının amortisman yoluyla itfa edilmesi suretiyle maliyet bedeline dahil edilmesi gerektiği, işletme dönemine isabet eden faiz ve kur farklarının ise isteğe bağlı olarak ilgili oldukları dönemlere ilişkin gider ya da maliyet olarak dikkate alınabileceği düzenlenmiştir¹. Bir başka ifade ile kapsamda yer alan mükellefler, yatırım dönemi boyunca yatırımla doğrudan ilişki kurulan sabit kıymetlere dönük kullanılan kredilerin faizleri ve buradan doğan kur farklarını maliyet hesaplarına aktararak bilançonun aktif kalemine kaydedecekler, dönemler itibariyle de amortisman yoluyla giderleştireceklerdir. Ancak yatırım dönemi bittikten sonraki işletme dönemlerine isabet eden faiz ve kur farkı giderlerini isteğe bağlı olarak yine aktifleştirilip amortismanına tabi

¹ Bu noktada belirtmek gerekir ki, amortisman yoluyla giderleştirme çeşitli yöntemlerle yapılabilmektedir. VUK'un Üçüncü Kitap Üçüncü Kısmı'nda düzenlenen amortisman uygulamaları ve sürelerine yönelik ayrıntılı listeler 28.04.2004 tarih ve 25446 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 333 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği'nde yer almaktadır. Aynı şekilde 24.08.2004 tarih ve 25563 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 339 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği'nde de amortismanlara yönelik düzenlemeler yapılmıştır. Anılan 333 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği zaman zaman güncellenmek suretiyle amortismanlara yönelik genel düzenlemeler belirlenmektedir.

tutulmak suretiyle maliyete intikal ettirilebilecek ya da gider tablosuna aktararak doğrudan gider olarak dikkate alabileceklerdir.

Bir gider veya maliyet kaleminin finansman gider kısıtlaması kapsamına alınabilmesi için bunların yabancı kaynağın kullanım biçimine ve süresine yönelik olması gerekmektedir (Korkmaz, 2022:100). Bu cümleden olmak üzere yabancı kaynak ile ilişkilendirilemeyen sair giderlerin kısıtlama olmaksızın doğrudan gider kaydedilmesi mümkündür. Meğer ki mezkur giderler iş ve işletme ile ilgili bulunsun, yabancı kaynağın kullanım süresiyle ilişkilendirilsin. Dolayısıyla yabancı kaynağın kullanımına bağlı bulunmayan finansman giderlerinin giderleştirilmesi hususunda herhangi bir sınırlama bulunmamaktadır. Bu hususta 1 Seri No'lu Kurumlar Vergisi Kanunu Genel Tebliği'nde değişiklik yapan 18 Seri No'lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliği'nde (25.05.2021 tarih ve 31491 sayılı Resmî Gazete,) aşağıdaki finansman gider unsurları ile finansman geliri azalmasına neden olan unsurlar için bir kısıtlama yapılmasına gerek olmadığı belirtilmektedir:

- Teminat mektubu komisyonları,
- İpotek giderleri,
- Tahvil ihracının baskısı ile buna benzer giderleri,
- Erken veya peşin ödeme iskontoları,
- Kredi sözleşmelerinin damga vergileri,
- Banka havale ücretleri üzerinden ödenen Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV),
- Aracılı ihracat sözleşmesi gereği yükümlülükleri sadece imalatçı ya da tedarikçiye ait olan ve doğrudan bu işletmelerce sorumluluğun bulunduğu işlemlere yönelik finansman giderleri için sektörel dış ticaret şirketleri ile dış ticaret sermaye şirketleri kısıtlamaya tabi tutulmamaktadır. Ancak bu işlemleri kendi nam ve hesabına gerçekleştiren dış ticaret sermaye şirketleri ile sektörel dış ticaret şirketleri bu işlemleri için gider kısıtlaması gerçekleştireceklerdir.
- Öz kaynaklarını aşmayan yabancı kaynaklara yönelik giderler,
- Öz kaynakların yabancı kaynakları aşan kısmı olmakla birlikte yatırımın maliyetine dahil edilen giderler,
- - Örtülü sermaye sebebiyle KKEG olarak dikkate alınarak matraha dahil edilen komisyon, faiz vb giderler ile transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü kazanç dağıtımı sebebiyle KKEG olarak dikkate alınan dağıtılan karlar (Apak, 2022:68),
- - GVK'nın 40'ncü maddesinin 1'inci fıkrasının 5'inci bendi hükmüne göre binek otomobillere ilişkin KKEG olarak dikkate alınan ve mezkur giderlerin %30'una tekabül eden kısmı (Apak, 2022:68).

Vadeli alışlara yönelik gerçekleşen borçlanmalarda oluşan vade farkları gider kısıtlamasına tabi tutulmazken borçlanmanın döviz cinsinden kaynaklanması halinde yapılan değerlendirme sonucu oluşan kur farkları ise finansman gider kısıtlamasına tabi tutulacaktır.

Belirtilen gider ve maliyet unsurlarının finansman gider kısıtlaması kapsamında olup olmadıklarını gösterir tablo (Tablo:1) aşağıda gösterilmiştir.

Tablo:1 Finansman Gider Kısıtlaması Kapsamında Dikkate Alınan/Alınmayan Gider ve Maliyetler

Kapsama Dahil Olanlar	Kapsama Dahil Olmayanlar
VUK'un 280'nci maddesi uyarınca yapılan değerlemeden doğan kur farkı giderleri.	VUK 262'nci madde kapsamında mükellef tarafından zorunlu ya da ihtiyari olarak maliyete eklenen yabancı kaynaklara ilişkin giderler.
Kredi faizleri üzerinden tahakkuk ettirilen BSMV gibi bir yabancı kaynağın işletmede kullanıldığı süre boyunca tahakkuk edenler.	Herhangi bir yabancı kaynak kullanımına olmayan giderler (ipotek masrafları, teminat mektubu komisyonları vb.).
İşletmelerde banka gibi kurumlardan temin edilen yabancı kaynakların, kullanan işletme nezdinde finansman gideri tahakkuk ettirilmeden iştirak ve/veya bağlı ortaklıklarına aktarılması (köprü kredi) durumunda söz konusu borçlanmaya ilişkin finansman giderinin, krediyi devralarak fiilen kullanan işletme nezdinde finansman gider kısıtlaması uygulanır.	Erken ödeme iskontoları veya peşin ödeme iskontoları.
Tek düzen hesap planında 320-Satıcılar Hesabı ile diğer muhasebe hesaplarında yer alan tutarların VUK'un 280'nci maddesine göre yapılan değerlendirme sonucu doğan kur farkı giderleri.	Tek düzen hesap planında 320-Satıcılar Hesabı ile diğer muhasebe kayıtları için finansman gideri hesaplanmaması durumunda söz konusu işlemler için ayrıca bir düzenleme yapılarak satış tutarının belli bir kısmı finansman gider kısıtlamasına tabi tutulmayacaktır.
Dış ticaret sermaye şirketleri ile sektörel dış ticaret şirketlerinin kendi nam ve hesabına yurt içinden satın aldıkları malların satışı ile ortaya çıkan finansman giderleri.	Kredi sözleşmelerine ilişkin ödenen banka havale ücreti veya damga vergisi için ödenen BSMV gibi bir yabancı kaynağın kullanım süresine bağlı olarak ortaya çıkmayan gider ve maliyetler.
Yıllara yaygın inşaat ve onarım işleri ile birlikte diğer işlerin de yürütülmesi halinde katılan finansman giderleri hangi dönemin kar/zarar tutarının belirlenmesinde dikkate alınmış ise o dönemin gider kısıtlamasına konu edilecektir.	Emtia üretim ya da tedariki ile ilgili tüm sorumluluklardan doğrudan imalatçı/tedarikçi firmaların sorumlu olması ve ihracat sonucunda ortaya çıkan finansal yükümlülüklerin söz konusu imalatçı/tedarikçi firmalara yüklenmesi koşuluyla dış ticaret sermaye şirketleri ile sektörel dış ticaret şirketleri uhdesinde finansman gider kısıtlaması uygulanmayacaktır.

Kaynak: Aydın, Demir ve Hatipoğlu, 2022:62-63.

2.3. Yıllara Yaygın İnşaat ve Onarım İşlerinde Uygulama

Yıllara sari inşaat işlerinin vergilendirilmesi rejimi diğer faaliyetlere göre yapısı gereği bazı farklılıklar içermektedir. Zira inşaat işleri bir bütün olarak genellikle yıllara yaygın şekilde gerçekleşmekte ve sektörün doğasında zaman

kavramına diğerlerine nazaran daha fazla anlam atfedilmektedir. Bu sebeple genel vergilendirme özelliği bulunan takvim yılı ya da vergilendirme dönemi gibi bir yılı ya da oniki ayı kapsayan bir hesap döneminden farklı zaman dilimini içermesi bakımından yıllara yayılı inşaat ve onarım işlerinde kesin kar ya da zararın ancak işin bitimine kadar beklenilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla işin bitmediği yıllarda elde edilen hasılatlar ile giderler izleyen yıllara devredilmek suretiyle işin bittiği yıla kadar getirilir (Hesap Uzmanları Derneği, 2020:110). Bir başka ifade ile bu işlerin hem bütçenin yıllık olma hem de verginin yıllık olma ilkesinden bir sapma olarak kanunlarla kural dışı işlemlere tabi tutulmuş bir alan (İnan, 2006:51) olduğu söylenebilir. Bu işlerin özelliği gereği yasa koyucu ayrı maddelerde düzenlemeler yaparak verginin yıllık olarak hesaplanması ve/veya beyan edilmesi uygulamasının bir istisnası olarak yıllara yaygın inşaat ve onarma işlerini düzenlemiştir. Bu çerçevede GVK'nın 42, 43 ve 44'üncü maddelerini bu işlerin vergilendirilmesi özelliğine hasretmiştir.

Bahsedilen özelliklerinden ötürü bu işlerde kullanılan yabancı kaynaklara yönelik finansman giderleri de tıpkı diğer giderlerinde olduğu gibi işin bittiği yılda dikkate alınarak kar ya da zararın belirlenmesinde kullanılacaktır. Bu kapsamda yabancı kaynaklara ilişkin bulunan finansman giderlerinin de işin bittiği dönemde dikkate alınacağı sonucu çıkmaktadır. Ancak yıllara sari inşaat ve onarma işleri ile birlikte başka ticari nitelikte işlerin aynı anda yapılması durumunda kullanılan tüm işlere hasredilen yabancı kaynaklara yönelik finansman giderlerinin her bir iş için uygun bir dağıtım anahtarıyla mütenasip biçimde dağıtılması gerekecektir. Bu dağıtım sonunda yıl içi diğer faaliyetlere isabet eden yabancı kaynak kullanıma bağlı bulunan finansman giderlerinin öz kaynakları aşan kısmı için %10'luk gider kısıtlaması uygulanacaktır. Yıllara yaygın inşaat ve onarım işlerinin bittiği dönem itibarıyla de bu işlere isabet eden finansman giderlerinin kısıtlamaya tabi olup olamayacağına yönelik öz kaynak-yabancı kaynak kıyaslaması yapılacağına kuşku bulunmamaktadır.

Belirtmek gerekir ki, yıllara yaygın inşaat işlerinde işverenlerin işleri karşılığı hakkedişlerinin iki farklı şekilde tahsile konu edildiği bilinmektedir (Aydın, Demir ve Hatipoğlu, 2022:66):

- Hakedişlerin "440-Alınan Sipariş Avansları" hesabına kaydı,
- Hakedişlerin "350-358-Yıllara Yaygın İnşaat ve Onarım Hakediş Bedelleri" hesabına kaydı.

Bu kayıtların tek düzen hesap planına göre açıklamaları işe şu şekildedir:

440-Alınan Sipariş Avansları hesabının işleyişi şu şekilde açıklanmıştır: "İşletmenin satış sözleşmesine dayanarak mal ve hizmetin tesliminden önce tahsil ettiği bir yılı aşan avansların izlendiği hesaptır." (1 Sıra No'lu Muhasebe Sistemi

Uygulama Genel Tebliği, 26.12.1992 tarih ve mükerrer 21447 sayılı Resmî Gazete).

350-358-Yıllara Yaygın İnşaat ve Onarım Hakediş Bedelleri hesabının işleyişi ise şu şekilde açıklanmıştır: *“İşletmenin üstlendiği yıllara yaygın inşaat ve onarım işlerinden, tamamladıkları kısımlar için düzenlenen hakediş bedellerinin izlendiği hesaplardır. Bu hesaplar "170-178" hesaplara paralel olarak düzenlenir.”*

Yapılan açıklamalara göre yıllara yaygın inşaat ve onarım işlerine yönelik gerçekleştirilen hakediş tahsilatlarının işletmeye yönelmiş bir yabancı kaynak olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Bu sebeple işin bitimine kadar hakkeşlere dair yıllar itibarıyla gerçekleşen ve ancak işle ilgili kar veya zararın işin bitimiyle anlaşılabilceği tahsil edilen hakkeşler bir yabancı kaynak değildir. Öte yandan tahsil edilen hakkeşler (avanslar dahil) GVK'nın 94'üncü maddesi uyarınca tevkifata da tabi tutulduklarından bunlara yönelik bir vergi güvenliği olarak stopajın alınması karşısında ayrıca bir yabancı kaynak olduğundan bahisle finansman gider kısıtlamasına tabi tutulmaya çalışılması mümkün olamayacaktır.

2.4. Finansman Giderlerinin Yanında Finansman Gelirlerinin Bulunması Durumu

Tıpkı finansman giderleri gibi finansman gelirleri de kur farkı, faiz, vade farkı, komisyon gibi gelirleri ifade etmektedir. Bu tür gelirler, işletmelerce normal faaliyetlerinin bir gereği şeklinde vadeli satışlarına yönelik elde edilebileceği gibi verdikleri borçlara veya dövizli alacaklarına yönelik ya da aracılık şeklinde de elde edilebilir. Diğer işletmeler bakımından yabancı kaynak oluşturacak şekilde elde edilen bu gelirler, 18 Seri No'lu KVK Genel Tebliği uyarınca finansman giderleriyle mahsuplaşmayacaktır. Bir başka ifade ile Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın yayımladığı anılan genel tebliği ile mükelleflerin bir yandan finansman gelirleri diğer yandan da finansman giderleri bulunması durumunda bu iki unsurun birbirlerinden indirimi ve kalan tutardan gider fazlalığı bulunması halinde ve yabancı kaynaklardan öz kaynakları aşan kısma isabet eden tutarın %10'unun KKEG olarak dikkate alınması uygulamasına izin verilmemiştir. Finansman gelirleri hiçbir şekilde dikkate alınmaksızın doğrudan koşulları uyan finansman giderlerinin bulunması durumunda tüm gider unsurların kısıtlamaya tabi tutulması istenilmiştir. Dahası anılan tebliğle aynı dönem içinde gerçekleşen kur farkı karları ile zararlarının birlikte değerlendirilmeyeceği belirtilmektedir. Bu uygulamanın oldukça sorunlu olduğu anlaşılmaktadır.

3. FİNANSMAN GİDER KISITLAMASI UYGULAMASININ SORUNLU ALANLARI

Finansman gider kısıtlaması uygulamasına yasalaştıktan yaklaşık 9 yıl geçtikten sonra Cumhurbaşkanlığı Kararı yayımlanmış ve uygulamaya geçilmiştir. Vergi kanunlarında yapılan değişiklikler, yaratacağı etki analizleri yapılarak sonuç odaklı olmak durumundadır. Maliye politikasının önemli bir kanalı olan vergi politikası, piyasaya yön verebileceği gibi gerek makro gerekse mikro düzeyde ekonomik hareketliliğe ve sonuçlara yol açmaktadır. Vergilendirme yetkisinin hassas kullanımının gerçekliği karşısında getirilen düzenlemelerin günümüzde işletmeleri eskisine oranla daha fazla etkilediğine kuşku bulunmamaktadır. İşletmelerin kendi öz kaynaklarını kullanmaya yönelik bir teşvik mekanizması şeklinde gerekçelendirilen finansman gider kısıtlaması uygulaması, matrahları artırıcı özelliği sebebiyle mükellefler nezdinde sağlıklı biçimde kabul edilip uygulanmasını da olumsuz etkileyebilmektedir. Nitekim konu hakkında yayımlanan 18 Seri No'lu KVK Genel Tebliği ile getirilen idari düzenlemelerin yasada belirlenen sınırı aştığından bahisle işletmelerce 2021 hesap dönemi ve sonrasında ek bir vergi yükü getireceği ve geçmiş dönemleri de kapsama alması sebebiyle geçmiş dönemlerde kullanılan krediler gibi yabancı kaynaklara ilişkin gider veya maliyet unsurlarının kısıtlanması sonucu öngörülebilirliği zedelediği düşüncesiyle uygulamaya başlandığı 2021 hesap dönemi geçici ve kurumlar vergisi beyannamelerinin ihtirazi kayıtla verilerek dava açılması yoluna gidildiği görülmüştür (Bayar, Öcalmış ve Kepir, 2023:62).

Gerek uygulamada gerekse doktrinde finansman gider kısıtlamasının birçok sorunlu alanlar oluşturduğu ifade edilmektedir. Bizim de katıldığımız eleştiri konuları aşağıda gösterilmiştir:

3.1. Uygulamanın Amacına Uygun Tasarlanmadığı Eleştirisi

Uygulama, kanun düzenlemesine rağmen ancak 04.02.2021 tarihli Cumhurbaşkanlığı Kararı ile hayata geçirilerek yabancı kaynaklarından öz kaynaklarını aşan kısma isabet eden tutarın %10'u KKEG olarak dikkate alınacaktır. Ancak kapsadığı hesap dönemi 2021 yılı başını içermiş olup, geçmişe yürütülmüştür. Kanun düzenlemesi 2012 yılında yapılmasına rağmen aradan 9 yıl geçtikten sonra uygulanmaya başlaması mükellefler tarafından şaşkınlıkla karşılanmıştır. Ayrıca bu süreçte enflasyon düzeltmesi uygulanmamış²,

² VUK'un mükerrer 298'inci maddesine göre enflasyon düzeltmesi uygulanabilmesi için fiyat endeksindeki artışın, hem son üç hesap dönemin itibariyle %100'den fazla, hem de içinde bulunulan dönem itibariyle de %10'dan fazla olması koşullarının her ikisinin de gerçekleşmesi gerekmektedir. Ancak bahsedilen 9 yıllık ara dönemde bu koşullar sağlanmadığından uygulanamamış, koşullar 2021 itibariyle gerçekleşeceği sırada da hem finansman gider kısıtlaması uygulamasına geçilmiş hem de enflasyon düzeltmesi sisteminde bir dizi değişiklikler ve ertelemeler yapılmıştır. Enflasyon düzeltmesine yönelik son dönemlerde ihdas edilen bazı

mükelleflerce yabancı kaynak kullanımı katlanılan finansman giderlerinin tamamının indirim konusu yapılabileceği yönünden planlanmıştı. Nitekim enflasyon düzeltmesi; enflasyon oranının son üç yıl %100'ü ve içinde bulunulan dönemde %10'u geçmesi halinde uygulanacaktı. Her iki koşulun da gerçekleşmesi gerekirdi. Aksi halde enflasyon düzeltmesi uygulanamazdı. Zaten bahsedilen 9 yıllık periyotta enflasyon düzeltmesinin uygulanmasını gerektirecek enflasyon oranları meydana çıkmamıştır. Ancak ne zaman enflasyon düzeltmesi uygulamasına geçilecek koşullar oluştu, o zaman uygulanmadan finansman gider kısıtlanması aktif hale getirilmiştir. Mükellefler aradan geçen 9 yıl boyunca sermaye yapılarının güçlenmesine yönelik başka bazı düzenlemeler de yapılarak finansman giderlerinin kısıtlanabileceğine yönelik bir hukuksal işaret de görememişlerdir. Aksine uygulamalar ile hukuki düzenlemeler, sermaye yapılarını güçlendirmek yönünde tercihte bulunanlara teşvikler getirmek yönünde olmuştur. Örneğin nakdi sermaye artışında faiz indirimi gibi bir uygulama da yaşama geçirilerek sermaye yapılarının güçlendirilmesi durumunda dahi faiz indirimi yapılarak matrahın azaltılabileceği teşvik mekanizması ihdas bile edilmişti. Mükelleflerce enflasyon oranları yükseldikçe kredi kullanımı artmakta ve katlanılan finansman giderleri de büyümektedir. Bu giderlerin tamamı indirim konusu yapılabilecekken enflasyonun yükseldiği dönemde kısıtlamaya dönük Cumhurbaşkanı Kararının yayımlanması, matrahlarını artırması sebebiyle mükellefleri olumsuz etkilediği gibi kamu finansmanı yönünde bir ek gelir yaratıcı faktör olarak karşımıza çıkmıştır. Hukuki güvenlik ve yaratılan beklentiye aykırı şekilde geçmiş dönemde kullanılmakla birlikte cari dönem ile takip eden dönemlere sirayet edecek finansman giderlerinin tamamının matrahı oluşturan unsur olarak giderleştirilememesi anılan vergileme temel mantığı ve ilkelerine aykırılık teşkil ettiği gibi özellikle yabancı kaynak kullanımı hususunda gerekli fizibilite ve plan yaparak pozisyon alan mükelleflerin gelecek öngörülerini de olumsuz etkilemiştir. Bir başka ifade ile finansman gider

düzenlemelerle sistemin işleyişi oldukça karmaşık bir hale getirilmiştir. Buna göre 2003 yılına kadar VUK'un mükerrer 298'inci maddesi uygulanmıştır. Ardından 5024 sayılı Kanunla VUK'un mükerrer 298'nci maddesinde değişiklik yapılmış ve VUK'a geçici 25'inci madde eklenerek enflasyon düzeltmesi uygulamasına geçiş sağlanmıştır. Ancak koşulları uygun olmadığı için sadece 2004 yılında uygulanabilmiştir. Ardından 7144 sayılı kanunla VUK'a eklenen geçici 31'inci madde ile sadece taşınmazlar için ilave %5 oranında bir ek vergi ihdası yapılmış, 7326 sayılı kanunla VUK'un geçici 31'inci maddesi hükmüne eklenen 7 numaralı fıkra ile Haziran 2021'den itibaren ve en son 31.12.2021 tarihine kadar geçerli olmak üzere isteğe bağlı olarak taşınmazlar ile amortisman tabi iktisadi kıymetlerin düzeltmesinin yapılabileceği ancak buna ilişkin de %2 oranında ek verginin ödeneceği belirlenmiştir. 7338 sayılı Kanun ile VUK'un mükerrer 298'inci maddesine eklenen (C) fıkrası hükmü ile yine isteğe bağlı olarak 01.01.2022 tarihinden itibaren uygulanmak üzere sürekli yeniden değerlendirilebileceği ve bu işlemlerden ilave bir verginin tahakkuk ettirilmeyeceği ancak eklenen geçici 32'nci maddesi ile bir defaya mahsus olmak üzere bu isteği uygulayan mükellefler için 01.01.2022 tarihinden itibaren %2 oranında bir verginin tahakkuk ettirileceği hükümlenmiştir. 7352 sayılı Kanun ile VUK'a eklenen Geçici 33'üncü madde ile de 29 Ocak 2022'den itibaren geçerli olmak üzere enflasyon düzeltmesi hükümlerinin 2021, 2022 ve 2023 yılları için uygulanmayarak ertelendiği, 31.12.2023 tarihli bilançoların enflasyon düzeltmesine tabi tutulacağı belirlenmiştir.

kısıtlaması ile matrahların artırılarak daha fazla vergi yükü ile karşılaşan mükelleflerin gelecekle ilgili planlarını revize etmeleri, varsa karlılık beklentileri ile yatırım planlarını gözden geçirmelerini etkileyen bir özelliğe sahip olmuştur.

3.2. Uygulamanın Hukuki Güvenlik İlkesine Aykırı Olduğu Yönünde Eleştiri

Finansman gider kısıtlaması uygulamasının bir başka eleştiriye açık yanı düzenlendiği dönem (04.02.2021 ve sonrası tarih) ile içerdiği dönem (01.01.2021 ve sonrası tarih) arasındaki farklılık sebebiyle geçmişe yürütülmüş olmasıdır. Bu bakımdan da vergisel yönden hukuki güvenlik ilkesi ile vergilendirmeye dönük kural ve kararların istikrarlı olması niteliğine aykırılık teşkil etmesidir. Bilindiği üzere vergilendirmeye dair yapılacak tüm düzenlemeler, maliye politikasının bir gereği olarak sebep-sonuç ilişkisi kurulabilen, Anayasa başta olmak üzere hukuki yönden güvenilir, adil ve öngörülebilir biçimde gerçekleştirilmelidir. Hukuki güvenlik ilkesi, bireylerin bağlı olacakları kuralları önceden bilerek ona uygun hareket etmesi ve davranışlarını ayarlamasıdır (Pehlivan, 2022:42). Hukuk devleti olmanın gereği de budur. Kendisinden sonraki dönemleri kapsamı bu bakımdan da önemlidir. Bir başka ifade ile kanunların yürürlüğe girdikten sonraki olaylara uygulanması asıldır (Avder, 2017:13). Çünkü vergi, bir mali yükümlülüktür ve herkes ticari işini, ekonomik ve mali durumunu mevcut kanunlara göre ayarlar (Önen, 2017:49). Hukukun genel kuralı olan geriye yürümeme ilkesi vergi hukukunun da en önemli ilkelerinden biridir (Uluatam, 1994:52). Bu ilkeden amaç, kanun koyucunun keyfi hareketlerini engelleyerek hukuk kurallarına yönelik toplumun güven duymasını tesis etmektir (Arslan, 2021:22). Kişilerin hukuk güvenliğinin ve hukuk devletinin bir sonucu olarak ortaya çıkan geriye yürümeme ilkesi kanunların yayımından sonraki olaylara uygulanmasını gerektirmektedir (Çomaklı ve Ayrangöl, 2016:57). Geriye yürüme iki türlü meydana çıkmaktadır. Gerçek geriye yürüme ve gerçek olmayan geriye yürüme. Gerçek geriye yürüme, vergiyi doğuran olay tamamlandıktan sonra vergi yükünü geriye doğru arttıran bir hükmün uygulanması (Öner, 2018:11) iken gerçek olmayan geriye yürüme ise geçmişte başlamış ancak kanun yürürlüğe girdiğinde henüz neticelenmemiş ve devam eden vergiyi doğuran olaylara uygulanmasını ifade etmektedir (Şenyüz, Yüce ve Gerçek, 2022:58).

Finansman gider kısıtlamasının geçmişe yönelik olaylara uygulandığı ancak henüz sonuçlanmamış hesap dönemleri ile vergiyi doğuran olaylara ilişkin olduğu dikkate alındığında gerçek olmayan geriye yürümeden bahsedilebilir. Bu noktada mükelleflerin planlamaları bozulsa da ve hukuki güvenlik ilkesi bakımından da sakıncalar doğurabilecek özellikte bulunsa da Anayasa Mahkemesinin geçmişte benzer nitelikteki düzenlemelere bakış açısının ortay

konulması yararlı olacaktır. Anayasa Mahkemesi kural olarak geriye yürümeye sıcak bakmamakta olup kamu yararının gerektirdiği durumlarda geriye yürümeye göz yumabilmektedir (Bilici, 2020:11). Konunun bu yönüyle bütünlük açısından Anayasaya aykırı olduğu ileri sürülse de talebin mahkemece olumlu karşılanmayacağı görüşündeyiz.

3.3. Netleştirme Yapılmasına İzin Verilmemesi ve Uygulama Kapsamının İdari Düzenlemelerle Genişletilmesi Yönündeki Eleştiri Vergilendirme yetkisi,

*“egemenlik gücüne dayanarak devletin ya da devletten aldığı yetki ile diğer kamu kuruluşlarının mali ve mali olmayan araçları gerçekleştirmek üzere Anayasal çerçevede vergi, resim, harç ve benzeri mali yükümlülükleri alma konusunda sahip oldukları hukuki ve fiili gücü kullanabilmesi”*dir (Arıkan, 2012:270-271).

Bir başka ifade ile devletin ülkesi üzerindeki egemenliğine dayanarak vergi alma konusunda sahip olduğu fiili ve hukuki güçtür (Tavşancı, 2005:134). Bu gücü kullanırken Anayasanın belirlediği çerçeve içinde kalınması zorunluluktur. Zira vergilendirme yetkisine yönelik kullanılacak haksız güç, sonuçları itibariyle hem hukuki hem de mali ve ekonomik sorunlar yaratabilmektedir. Vergilendirme yetkisi kullanılırken vergiye ve vergilendirmeye dönük tüm parametrelerin kanunla açıkça ortaya konulması ve herhangi bir tereddüde yer vermeyecek düzeyde açık olması gerekmektedir. Bu bakımdan verginin yasallığı ile belirliliği ve mali güce göre vergilendirme ilkeleri öne çıkmaktadır. Verginin yasallığı ilkesi, keyfi takdiri ve sınırsız ölçülere dayalı bir uygulamaya yer verilmemesinin korunmasına (Güneş, 2011:14) dönük olup verginin temel esaslarının, ilkelerinin ve genel çerçevesinin kanunla belirlenmesini gerekli kılmaktadır (Bilici, 2020:13).

Finansman gider kısıtlaması uygulamasına kanun hükmünde yabancı kaynakların neler olduğunun tanımı yapılmamış, bu tanım 18 Seri No’lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliği ile belirlenmiştir. Anılan tebliğe göre yabancı kaynak deyiminin bilançonun kısa vadeli yabancı kaynaklar ve uzun vadeli yabancı kaynaklar toplamını ifade ettiği belirtilmiş ve genel çerçevesi yine tebliğle düzenlenmiştir. Aynı zamanda kanunda belirtilmeyen hükümlerin genişletilmek suretiyle düzenlendiği görülmektedir. Kanunda yapılmayan bir tanımlamanın tebliğ bazında yapılması, verginin yasallığı ilkesine aykırılık taşımaktadır. Diğer yandan bir mükellefte finansman giderlerinin yanı sıra finansman gelirlerinin de bulunması durumunda aralarında herhangi bir

netleştirme yapılmamasını içeren tebliğ düzenlemesinin de vergilerin mali güce vergilendirilmesi ilkesine de aykırıdır. Zira mali güce göre vergilendirme herkesin mali gücü oranında vergi vermesi anlamına gelmekte olup, vergilendirmede eşitlik ilkesinin (Şentürk, 2018:14) bir yansımasını oluşturmaktadır.

SONUÇ

İşletmelerin faaliyetlerinin devamının sağlanmasına yönelik aldıkları kararların uygulanabilmesi için öngörülebilir finansal planlamalar yaptıkları görülmektedir. Bu çerçevede ve özellikle enflasyonist ortamlarda finansman gereksinimlerini yabancı kaynaklara yönelme eğiliminde oldukları bilinmektedir. Yabancı kaynak kullanımının bir sonucu da bu finansmandan doğan cari giderlerin oluşmasıdır. Bu giderler kredi faiz giderleri olabileceği gibi, dövizli borçlanmalara yönelik kur farkı giderleri, komisyon giderleri, vade farkı gibi çeşitli isimlerle anılan giderler olabilmektedir. Bu giderlerin tamamı ticari kazancın (ve dolayısıyla kutum kazancının) tespitinde gider olarak dikkate alınabilecekken, 6322 sayılı kanunla yabancı kaynağın öz kaynakları aşan kısmına isabet tutarların %10'unun gider olarak indirilmesinin mümkün olmadığı hususunda düzenlemeler yapılmıştır. Düzenleme 01.01.2013 tarihinden itibaren yürürlüğe girmekle birlikte uygulamasına dair Cumhurbaşkanı kararının 04.02.2021 günlü Resmî Gazete'de yayımlanması ve getirilen kuralların 01.01.2021 gününe çekilerek gerçekleştirilmesi bir dizi tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Üstelik bu konu ile ilgili yayımlanan 18 Seri No'lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliği ile içeriği itibariyle de ayrı tartışmalar da gündeme gelmiştir.

Finansman gider kısıtlaması uygulaması, yürürlüğe girdiğinden bu yana anılan tartışmaları beraberinde getiren bir yapıya sahip olması sebebiyle hükümlerinin getirdiği amaca yönelik olması bakımından işletmelerin yabancı kaynak kullanımının azaltılarak kendi öz kaynaklarının kullanımını özendirme amacı güden bir teşvik mekanizması olarak düzenlenmek istenilmiş, ancak mükellefler açısından getirdiği ek vergi yükü yönünden bir teşvik düzenlemesi değil, aksine bir vergi güvenlik müessesesi halini almıştır.

Enflasyonun yükseldiği bir ortamda 9 yıl boyunca uygulanmasına dönük Cumhurbaşkanı kararı yayımlanmayıp tam da enflasyon oranlarının yükseldiği ve dolayısıyla ilgili mevzuata göre fiktif kazançların vergilenmemesini sağlamaya dönük hükümler içeren enflasyon düzeltmesinin uygulanacağı bir ortamda yabancı kaynak kullanımı sebebiyle oluşacak finansman giderlerinin tamamının indiriminin engellenmesi, devletin vergi gelirleri bakımından ek bir gelir elde etme hedefi çerçevesinde görülmektedir.

Finansman gider kısıtlaması uygulamasının, anayasanın verginin mali güce göre alınması ilkesine aykırılık teşkil ettiği, buna karşın KKEG olarak değerlendirilmek suretiyle matrahları artıcı ve kamu yararı bakımından gerçek olmayan geriye yürüme yönüyle hukuki güvenlik ilkesine aykırı olmadığı sonuçlarına varılmıştır.

KAYNAKÇA

- 03.02.2021 tarih ve 3490 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı, 04.02.2021 tarih ve 31385 sayılı Resmî Gazete.
- 1 Sıra No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği, 26.12.1992 tarih ve mükerrer 21447 sayılı Resmî Gazete.
- 163 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği, 27.01.1985 tarih ve 18648 sayılı Resmî Gazete.
- 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu, 06.01.1961 tarih ve 10700 sayılı Resmî Gazete.
- 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu. 10,11,12.01.1961 tarih ve 10703 10704, 10705 sayılı Resmî Gazeteler.
- 339 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği, 24.08.2004 tarih ve 25563 sayılı Resmî Gazete
- 333 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği, 28.04.2004 tarih ve 25446 sayılı Resmî Gazete
- 4008 sayılı Kanun, 06.07.1994 tarih ve 21982 sayılı Resmî Gazete.
- 5024 sayılı Kanun, 30.12.2003 tarih ve 25332 sayılı Resmî Gazete.
- 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu, 21.06.2006 tarih ve 26205 sayılı Resmî Gazete.
- 6322 sayılı Kanun Gereğesi,
<https://www5.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem24/yil01/ss258.pdf>, 12.01.2023.
- 6322 sayılı Kanun, 15.06.2012 tarih ve 28324 sayılı Resmî Gazete.
- Apak, S. (2022). Finansman Gider Kısıtlaması Uygulamasında Sorunlar ve Değerlendirmeler, Vergi Sorunları Dergisi, 45(406), 65-72.
- Arıkan, Z. (2012). Vergilendirme Yetkisi ve Kullanımı. Maliye Araştırma Merkezi Konferansları , 0 (37), Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuamamk/issue/755/8147>.
- Arslan, M. (2020). Türk Vergi Sistemi, Güncellenmiş 6. Basım, Nobel Yayınları, İstanbul.
- Arslan, M. (2021). Vergi Hukuku, 10. Basım, Ankara:Nobel Akademik Yayıncılık.
- Avder, E. (2017). Vergi Hukuku, Bursa:Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Aydın, F., Demir, E., Hatipoğlu, İ.İ. (2022). Yıllara Yaygın İnşaat ve Onarım İşlerinde Finansman Gider Kısıtlaması Uygulaması ile İlgili Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Vergi Raporu Dergisi, (275), 59-69.
- Bayar, E., Öcalmış, Y. ve Kepir, H. (2023). Finansman Gider Kısıtlaması Uygulamasına İlişkin Hukuki İhtilaflar ve Güncel Yargı Kararları, Vergi Dünyası Dergisi, 42(497), 61-67.
- Bilici, N. (2020). Vergi Hukuku, 50. Baskı, Ankara:Savaş Yayınevi.
- Çomaklı, Ş.E. ve Ayrangöl, Z. (2016). Vergi Hukuku, Ankara:Savaş Yayınevi.

- Erdem, T. (2012). Vergi Hukukunda Finansman Giderlerinin Sınırlandırılması Sorunu, *Maliye Dergisi*, Ocak-Haziran, (162), 316-361.
- Gelir İdaresi Başkanlığı, 2021 Faaliyet Raporu, Gelir İdaresi Başkanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Yayını, Yayın No:429, Şubat 2022.
- Güneş, G. (2011). Verginin Yasallığı İlkesi, 3. Baskı, İstanbul:Oniki Levha Yayıncılık.
- Hesap Uzmanları Derneği. (2020). Beyanname Düzenleme Kılavuzu, 1. Cilt Gelir Vergisi Kanunu, İstanbul:Acar Basım ve Cilt San. Tic. A.Ş.
- İnan, A. (2006). Yıllara Yaygın Yapım ve Onarım İşlerinde Vergilendirme, *Sayıştay Dergisi*, Ocak-Mart, (60), 51-65.
- Kandır, S.Y. ve Yakar, S. (2022). Finansman Gider Kısıtlaması Uygulamasının Firmaların Sermaye Yapısı Kararlarına Etkisinin İncelenmesi, *Vergi Raporu Dergisi*, (278), 11-25.
- Kızıl, E. (2021). Finansman Gider Kısıtlamasının Uygulaması ve Konu Hakkında Düzenlenen Tebliğe Dair Eleştiriler, *Vergi Raporu Dergisi*, (264), 11-19.
- Korkmaz, A. (2022). Finansman Gider Kısıtlaması, *Vergi Dünyası Dergisi*, 42(495), 96-112.
- Öner, E. (2017). Türk Vergi Sistemi, 8. Baskı, Seçkin Yayınları, Ankara.
- Öner, E. (2018). Vergi Hukuku, 2. Basım, Ankara:Nobel Akademik Yayıncılık.
- Öner, Z.S. (2017). Genel Vergi Hukuku, Ankara:Detay Yayıncılık.
- Pehlivan, O. (2022). Vergi Hukuku, Genel Hükümler ve Türk Vergi Sistemi, 8. Baskı, Trabzon:Celepler Matbaacılık.
- Şentürk, S.H. (2018). 1961 ve 1982 Anayasalarında Vergilemede Ödeme Gücü İlkesine Yönelik Düzenlemeler, *Vergi Raporu Dergisi*, (229), 9-20.
- Şenyüz, D., Yüce, M., Gerçek, A. (2022). Vergi Hukuku Genel Hükümler, 13. Baskı, Bursa:Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Taştan, H. (2022). Finansman Gider Kısıtlaması Uygulaması ve YMM Tam Tasdik Raporlarında Değerlendirilmesi, *Vergi Sorunları Dergisi*, 45(404), 29-39.
- Tavşancı, A. (2005). Vergilendirme Yetkisinin Anayasal Sınırları ve 1982 Anayasası, *Vergi Sorunları Dergisi*, 28(203), 134-151.
- Uluatam, Ö. (1994). Vergi Hukuku Cilt 1 Genel Esaslar, 2. Baskı, Ankara:Adım Yayıncılık.
- Yazgan, K.F., Saldanlı, A. (2022). Finansman Gideri Kısıtlamasının Sermaye Yapısı Üzerine Etkileri, *İstanbul İktisat Dergisi - Istanbul Journal of Economics*, 72(2), 877-900.

23. Bölüm

Akıllıca Alışverişte İki Yeni Kanal: Webrooming & Showrooming

Kader EROL¹

¹ Dr. , Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, ORCID No:0000-0002-9143-2946

Son dönemlerde ortaya çıkan yeni normallerimizden birinin de, tüketicilerin değişen satın alma tercihleri olduğunu söyleyebiliriz. Dijital dünyanın günlük hayatımızın içine bu kadar girmediği zamanlarda, herhangi bir şeyi satın almak isteyen birinin, doğal olarak yerinden kalkıp bir ya da birden fazla mağazaya giderek seçim yapmasını, almak istediği ürünleri genellikle denedikten sonra satın alma ya da almama doğrultusunda bir karar vermesi beklenirdi. Ama günümüzde istediğimiz şeyleri satın almak için, bulunduğumuz yerden sadece akıllı telefonlarımızın ya da bilgisayarlarımızın ekranlarına bakıp, bir iki arama yapmamız yeterli olabilmektedir. Tüketiciler, satın alma sürecini, satıcı kişi ya da kurumla etkileşim kurmasına gerek olmaksızın çevrimiçi olarak başlayıp tamamlayabildikleri gibi, önce mağazadan baktıktan sonra, çevrimiçi satın almayı tercih edebilirler. Bunun yanı sıra, önce internetten araştırma yapıp, yine de mağazada gördükten sonra satın almayı da tercih eden daha garantici tüketici kitlesi de mevcuttur. Çok kanallı pazarlama anlayışının benimsenmesiyle birlikte satın alma deneyimlerinde birden fazla kanal kullanan tüketicilerin sayısı da giderek artmaya başlamıştır.

Tüketiciler, satın alma davranışlarında, hedonik bir yaklaşımla yeni bir şeyi deneyimlemek ya da faydacı bir yaklaşımla, daha amaca yönelik motivasyonlarla hareket edebilirler (Davis vd., 2014). Bunların yanı sıra Veblen'in aylak sınıfına öykünerek motive olup sırf gösteriş olsun diye, ihtiyaç fazlası alışveriş yapan tüketiciler de mevcuttur (Özsirkecioğlu, 2021). Dolayısıyla, her tüketicinin, alışveriş motivasyonu farklı olabilir. Bazı tüketiciler, satın alma deneyimlerini kişiselleştirmeyi tercih ederken, bazıları daha ekonomik olmasını, bazıları ise hızlı ve kısa zamanda olmasını, bazıları satın aldıkları şeyleri kendi gözleriyle görüp emin olmayı tercih edebilirler. Örneğin, çevrimiçi alışveriş yapmayı tercih eden tüketiciler, daha ziyade maliyet ve zaman tasarrufu ile rahatlık motivasyonunun etkisiyle hareket ederken, gerçek mekanda, sosyalleşerek, satın aldıklarına anında kavuşmak isteyen garantici tüketiciler ise daha ziyade çevrimdışı alışveriş yapmaya yönelirler (Boardman ve McCormick, 2018).

Bu bölümde, çevrimiçi mağazalardan ürün hakkında bilgi edinerek ürünü çevrimdışı mağazalardan satın alma davranışı olarak tanımlanan webrooming ile, ürün hakkında çevrimdışı mağazalardan bilgi topladıktan sonra çevrimiçi bir mağazadan satın alma davranışı olarak ifade edilen showrooming kavramı açıklanacaktır. Bunun yanı sıra, müşterilerin satın alma deneyimlerinde, hangi kanalı, hangi motivasyonlarla tercih ettikleri, bu konuda yapılan çalışmalarla örneklendirilerek analiz edilecektir. Bu konudaki literatürün henüz gelişme aşamasında olması sebebiyle, konunun irdelenmesinin alana ve işletmelere potansiyel katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

1. WEBROOMING & SHOWROOMING TERCİHİ

Satın alma niyetiyle başlayıp satın alma kararıyla sonuçlanan süreçte, tüketicilerin kanal seçimlerine ilişkin çalışmalar, özellikle son yıllarda daha fazla artmıştır. Ancak, satın alma sürecinin farklı aşamalarında, kanal seçimine odaklanan ya da tüketicilerin hangi aşamada hangi kanalı ve hangi motivasyonla tercih ettiğine ya da değiştirdiğine odaklanan yeterli çalışma yoktur. Uzun bir süredir bu alanda yapılan çalışmaların çoğu, tüketicilerin alışveriş kanalı seçimi ve tercihleri doğrultusundadır.

Krasonikas ve diğerleri (2014) çalışmalarında, mağaza ortamında gerçekleştirilen satın alma davranışı özellikleriyle, internet ortamında satın almaya ilişkin yönlerin bir karışımı olan sanal webrooming ve showrooming kavramlarını gündeme taşımıştır. Webrooming veya showrooming, tüketiciler için çok aşamalı bir karar verme sürecidir. İlk olarak, tüketiciler çevrimiçi mi yoksa çevrimdışı mı arama yapacaklarına, daha sonrasında ise çevrimiçi mi yoksa çevrimdışı mı satın alacaklarına karar verirler. Ayrıca, bu kararda, satın alınması planlanan ürünün özelliklerinin ve ödenecek bedelin büyüklüğünün yanı sıra, tüketicilerin farklı bireysel motivasyonları da son derece etkilidir. Dijital dünyanın bize sağladığı imkanlarla alışveriş yapan kişiler, satın alma süreçlerini alışveriş kanallarını değiştirerek ya da birleştirerek te tamamlayabilirler.

Çok kanallı satın almanın artması, işletmeler açısından müşterilerle temas noktalarının çoğalması gibi bir avantaj yaratırken, mevcut müşterilerin elde tutulmasını, aynı zamanda yeni müşteri kazanımını da zorlaştırmaktadır (Verhoef vd., 2015). Tüketiciler, satın almak istedikleri ürünlere sanal ortamda daha kısa sürede, zahmetsiz ulaşabildikleri için, birçok markaya kolaylıkla erişim sağlayarak, fiyat karşılaştırması yapabilmekte ve diğerinden vazgeçebilmektedirler. Dolayısıyla, alışveriş yapan kişilerin, farklı kanalları ya da kanal kombinasyonlarını tercih etmeleri; tüketici motivasyonlarının analiz edilerek değerlendirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, satın alma motivasyonlarının saptanması, farklı tüketici davranışlarının da anlaşılmasına yardımcı olabilecektir (Buttner vd., 2013; Wijonarko vd., 2019; Hassan ve Lee, 2021).

Tüketicilerin kanal tercihleri ve seçimleri hakkında çok fazla literatür bulunmasına rağmen, kanal kombinasyonlarının bireysel düzeyde müşteri deneyimlerini nasıl etkilediği ya da belirli bir kanalın seçiminde hangi motivasyonun daha etkili olduğu hakkında çok fazla araştırma bulunmadığı daha önce belirtilmişti. Bu konuya ilişkin yapılan güzel çalışmalardan biri, Flavián ve arkadaşlarına (2020) aittir. Bu çalışmada, webrooming ve showrooming'in, tüketicilerin akıllı alışveriş algıları ve duyguları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacılar, satın alma sürecindeki kontrolün, işletmelerden tüketicilere

geçmesinin akıllı alışveriş için gerekli koşulları yarattığını; bunun da uzun vadede müşteri ve firma ilişkileri kurmanın ilk adımı olan müşteri memnuniyeti üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu öne sürmüşlerdir. Müşteri ile temasın daha güçlü olduğu, dolayısıyla müşteri memnuniyetinin daha kolay tesis edilebileceği tek kanallı pazarlama yöntemine kıyasla; müşteri tatmini, müşteri tutundurma ve sadakatinin kanal kombinasyonunda çok daha güç olabileceğine dikkat çekmişlerdir.

Çok kanallı pazarlama literatürüne katkı sağlayan çalışmaların birçoğu, satın alma yolculuklarında birden fazla kanal kullanan tüketicilerin, tek kanal kullanan tüketicilere göre daha memnun kaldıklarını ve daha akıllı alışverişler yaptıklarını ortaya koymuştur. Örneğin, çevrimiçi ürün araştırıp, çevrimdışı satın almayı (webrooming) deneyimleyen tüketicilerin, memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmanın sonuçlarına göre; web odasının daha fazla memnuniyet yarattığını, tüketicilerin kendilerini daha güvende ve "akıllı alışverişçiler" gibi hissetmelerini sağladığını ortaya koymaktadır (Flavian vd., 2019). Öte yandan, bazı çalışmalarda satın alma sürecinde "kolaylık" olarak tanımlanan, zaman ve/veya emek tasarrufunun, kanallar arası alışveriş memnuniyeti üzerinde hiçbir etkiye sahip olmadığı ortaya konmuştur (Flavian vd., 2019). Bütün bu faktörler, müşteri tatmini açısından çok önemli ve analiz edilmesi gereken öncüllerdir.

2. KANAL TERCİHİ MOTİVASYONLARI

Çok kanallı bir pazarlama ortamında, tüketicilerin kanal seçimlerinde belirleyici olan birçok bireysel etken ve motivasyon mevcuttur. Bazı tüketiciler kolaylık, esneklik, alışveriş keyfi ve fiyat karşılaştırması gibi motivasyonların etkisinde kalırken, bazıları ise internet deneyimi, çeşitlilik arama ve hizmet kalitesi gibi motivasyonlardan etkilenmektedirler. Bunun yanı sıra, çevrimiçi satın almada algılanan risk, alışveriş keyfi ve farklı alternatiflerin getirdiği çekicilik gibi özellikler de kanal seçiminde etkili olabilmektedir (Cheema ve Papatla, 2010; Chocarro vd., 2013; Maity ve Dass, 2014, Gensler vd., 2012).

Özellikle bu tür motivasyonlara göre farklı segmentlere giren tüketici özelliklerini ortaya çıkarmak amacıyla çok kanallı alışveriş davranışına odaklanan bazı çalışmalar yapılmıştır. Örneğin; Konuş ve diğerleri (2008), tüketicileri, alışveriş süreçlerinde, 'bilgi arama ve satın alma aşamalarındaki' kanal yönelimlerine göre bölümlere ayırmak suretiyle, demografik müşteri özellikleri ile müşteri segmenti arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Ayrıca, çok kanallı satın almanın farklı ürün kategorilerinde nasıl farklılık gösterebileceğini ortaya koymaya çalışmışlardır. Tek bir ürün kategorisini ele alan ve genellikle şirketlere özgü verileri kullanan araştırmaların aksine, çok kanallı davranışı

birden çok kategoride incelemişlerdir. Araştırma, firmaların, çok kanallı müşteri yönetiminde, farklı stratejilere yönelmeleri gerekliliği konusunda dikkat çekecek yönetsel çıkarımlarda bulunmaktadır.

Öte yandan, Mukherjee ve Chatterjee (2002), bu çalışmaların hiçbirinin showrooming ve webrooming'i etkili bir şekilde birbirine bağlayabilen herhangi bir temel teori öneremediğini, tüketicilerin satın alma sürecinin çeşitli aşamalarında showrooming ve webrooming öncüllerinin etkilerine odaklanmadığını öne sürmüşlerdir. Showrooming ve webrooming'in çeşitli öncüllerinin satın alma sürecinin çeşitli aşamalarında nasıl farklı etkilere sahip olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlayan çalışmalarında, tüketicilerin farklı kanal seçimlerindeki, çeşitli motivasyon faktörlerini saptamaya çalışmışlardır. Sonuçta, çevrimdışı mağazadan alınan keyif, hem arama hem de satın alma sırasında çevrimdışı mağazalara yönelik daha yüksek bir eğilime yol açabilirken, çeşitlilik arama davranışı, dokunma ve hissetme ihtiyacının da kanal seçimlerini etkileyebileceği sonucuna varmışlardır.

Günümüz alışverişçilerinin satın alma eğilimleri, daha önce de ifade edildiği gibi çok kanallı satın almaya doğru yönelmiştir. Bazıları, çevrimiçi bilgi arama ve çevrimdışı satın alma anlamına gelen webrooming'i tercih ederken (Ward ve Morganosky, 2002; Verhoef vd., 2007), bazıları ise ürün bilgileri için çevrimdışı, fiyat avantajları için çevrimiçi arama yapıp, nihayetinde fiyat avantajları nedeniyle çevrimiçi satın alma anlamına gelen showrooming'i tercih etmektedir (Fiore vd., 2005; Verhoef vd., 2015). Dünya genelinde değişen alışveriş motivasyonları ve giderek yaygınlaşan showrooming veya webrooming olarak yapılan alışverişler, perakende sektörü için hayli büyük bir sorun teşkil etmektedir. Dolayısıyla, tüketicilerin hangi psikolojik dürtülerinin ve motivasyonlarının çok kanallı alışveriş tercihleri üzerinde etkili olduğu sorusunu gündeme taşımıştır.

Günümüz tüketicileri, iş yoğunluğunun ve zaman sıkıntılarının daha fazla olması dolayısıyla, kendilerine özgü, sorunsuz ve daha keyifli bir alışveriş süreci beklentisi içerisinde oldukları. Alışveriş kanallarının kullanımı açısından teorik bilgi tabanının genişletilmesine katkıda bulunan araştırmalar, işletmeler için de faydalı olmaktadır. Çok kanallı alışverişte; tüketici güveni ve tüketici sadakatinin sağlanabilmesi, yeni satış fırsatlarının arttırabilmesi için, tüketici motivasyonlarının iyi analiz edilip yorumlanması gerekir. Bu konuda yapılan araştırmalar incelendiğinde, ortaya çıkan potansiyel tüketici motivasyonları şu şekilde özetlenebilir:

2.1. Ürün Çeşitliliği ve Bilgi Edinme

Satın alma ihtiyacı ve niyetiyle başlayan alışveriş sürecinde, istenen ürün hakkında bilgi aranıp bulunması ve kıyaslanması 'bilgi edinme' olarak tanımlanabilir (Rohm ve Swaminathan, 2004). Bilgi edinme motivasyonu hareket eden müşteriler, satın almaya niyetlendikleri ürün ya da hizmet hakkında daha doğru ve net bilgilere sahip olmak için farklı kanallar kullanmaya eğilimlidirler. Çünkü bir ürün veya hizmetin işlevleri hakkında ne kadar çok bilgiye sahip olurlarsa, o ürün veya hizmet hakkındaki değerlendirmelerinin de o kadar doğru olacağını ve daha akıllı bir alışveriş yapmış olacaklarını düşünmektedirler (Alba ve Hutchinson, 1987; Rao ve Monroe, 1988). Kwon ve Jain (2009)'da yaptıkları araştırmada, bilgi arama düzeyi yüksek olan tüketicilerin, düşük bilgi arama düzeyine sahip tüketicilerle karşılaştırıldığında çok kanallı alışverişe katılma eğiliminde olduklarını ortaya koymuşlardır.

Kanallar arası alışveriş sürecinde, tüketiciler, daha geniş bir ürün yelpazesine ulaşmak ve bunlar hakkında bilgi edinmek için kanal değiştirebilirler. Birçok çalışma, çevrimiçi arama kanalının, tüketici bilgisini artırarak (Keng vd., 2012), bilgi farklılıklarını azalttığını ve bireyin satın alma süreci üzerindeki kontrolünü arttırdığını (Heitz-Spahn, 2013) göstermiştir. Yine bazı çalışmalarda, web odasının, tüketicilerin satın almak istedikleri ürün ve hizmet hakkındaki kararsızlıklarını azalttığı ve kesinlikle kendilerine en uyan ürün ya da hizmeti satın aldıklarından emin olmalarını sağladığı bulgularına ulaşılmıştır (Kostiukevych vd., 2020; Muriqi vd., 2021; Pakurar vd., 2019). Tüketicilerin alışveriş kanallarını birleştirdiklerinde ise, doğru karar verdiklerine olan inançlarının, alışveriş sürecinde edindikleri bilgileri kişiselleştirmelerinden ve kontrolün kendilerinde olmasından kaynaklandığını ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur (Schul ve Mayo, 2003).

2.2. Zaman Tasarrufu:

Alışveriş kanallarının tercihinde, en önemli motivasyonlardan biri de zaman faktörüdür. Günümüzde çoğunlukla internetten alışveriş yaptığını belirten bireyler, bunun sebebi olarak, mağazalara gitmek için hiç zamanlarının olmamasını ve çok meşgul olmalarını gösterirler. Bunun tersi olarak, çoğunlukla dışarı çıktıkları zaman bir mağazaya girip, seçtikleri ürünü deneyip hemen satın almaya karar veren bireyler de, buna gerekçe olarak, alışveriş yapmaya ayıracak çok fazla zamanları olmadığını, fırsat buldukları an bu ihtiyaçlarını giderdiklerini ifade ederler. Ayrıca, online alışverişteki değişim sürecinin çok zor olduğunu ve buna zamanlarının olmadığını belirtirler. Dolayısıyla, aynı motivasyon, bireyleri farklı tercihlere de yönlendirebilmektedir. Örneğin; Juaneda-Ayensa ve diğerleri (2016), çalışmalarında, çevrimdışı alışveriş daha fazla çaba ve zaman gerektirdiği

için, bireylerin çevrimiçi alışveriş sürecini tercih ettiklerini ortaya çıkarırken, Gensler ve diğerleri (2017) ise, zamandan tasarruf etme düşüncesinin, tüketicileri çevrimdışı alışveriş yapmaya yönlendirdiğine dikkat çekmişlerdir. Fiziksel mağazalarda müşteriler, satın aldıkları ürünlere, teslimat beklemeksizin anında sahip oldukları için, alışveriş keyiflerinin yüksek ama zaman kayıplarının düşük olduğu da elde edilen bulgular arasındadır (Aragonicillo ve Orús, 2018). Öte yandan, Flavian ve diğerleri (2020) yılında yaptıkları bir araştırmada, tüketicilerin webrooming'te, showrooming'ten daha az emek harcayarak daha fazla zaman tasarrufu yaptıklarını algıladıklarını belirten, tam tersi sonuçlar elde etmişlerdir.

2.3. Fiyat Karşılaştırması

Tüketicilerin, satın almak istedikleri ürünü araştırmak ve en uygun olanına karar vermek için genellikle fiziksel mağazalarda görüp değerlendirme yaptıktan sonra, ürünleri gördükleri mağazalardan değil de, rakip bir çevrimiçi perakendeciden satın almaları anlamına gelen showroming, fiyat karşılaştırmasında daha avantajlı bir konumda gibi görünmektedir (Mehra vd., 2013). Ancak, fiziksel mağazalarda dahi, mağaza içi alışverişlerin %50 ila %60'ında, çevrimiçi olarak farklı markaların, benzer ürünleri arasında fiyat kıyaslaması yapılmakta (Richter, 2013) ve ürünler birbiriyle karşılaştırılmaktadır (Rapp vd., 2015). Ayrıca Gensler ve diğerleri (2017), bir çevrimiçi satın alma işlemi yapmadan önce, gerçek mekanda faaliyet gösteren mağazalarda ürünlerin kalitesini görüp kontrol eden tüketicilerin aynı zamanda kalite-fiyat dengesini de kıyasladıklarını savunmuştur. Satın almak istedikleri ürünleri görmek, incelemek ve test edip denemek için mağazaları tercih eden bazı müşteriler, fiyatları daha düşük olduğu ve paradan tasarruf edecekleri inancı ve motivasyonu, satın alma işlemini nihayetinde çevrimiçi kanalları kullanarak sonlandırmaktadırlar (Flavian vd., 2020).

2.4. Sosyal Etkileşim

Sosyal etkileşim, tüketicilerin satın alma davranışları ve kararları üzerinde etkili olan ve alışveriş kanalının seçimine yön veren motivasyonlardan biridir (Chen vd., 2011, Lee ve Bell, 2013, Ong ve Yap, 2017). Çoğu tüketicinin online alışveriş yapmak yerine, mağazadan alışveriş yapmayı tercih etmesinin temel sebebi, o esnada orada bulunan insanlardan ve satış görevlilerinden fikir almak, sosyalleşmek ve satın alma kararından daha emin olmaktır. Aslında, bedeli her ne kadar olursa olsun, her satın alma kararı bir risk taşımaktadır ve tüketiciler bu riski paylaşmak istemektedirler. Sosyal etkileşimler, tüketicilerde daha akıllı bir seçim yaptıkları ya da karar verdikleri hissini arttırırken, risk algısını da

azaltmaktadır (Choie vd., 2012, Gu ve Tai, 2017, Lewis vd., 2017). Dolayısıyla, çevrimiçi alışveriş kanalı, tüketicilerde nispeten daha fazla belirsizlik ve yüksek risk algısı yaratmaktadır (Yaoyuneyong vd., 2015, Cho ve Workman, 2015). Bundan dolayı, çevrimiçi alışveriş kanalıyla, çok yüksek bedelli mal ve hizmet satın almak, tüketicilerde kaygı yaratır. Daha yüksek fiyatlı ürün ya da hizmet satın almaya niyetlenen tüketiciler, karşılarında sordukları sorulara cevap alabilecekleri, kendilerine güven verecek ve kaygılarını azaltıp, mevcut riski birlikte paylaşabilecekleri bir muhatap bulmak isterler. Bu da onları, sosyal etkileşimin daha fazla olduğu showroumlarda gerçekleştirecekleri çevrimdışı alışverişlere yönlendirmektedir. Rohm ve Swaminathan'a (2004) göre de, sosyal etkileşim arayan ve bu çerçevede alışveriş deneyimlerini şekillendirmek isteyen tüketiciler, genellikle alışveriş için fiziksel mağazaları tercih etmektedirler.

2.5. Alışveriş Keyfi

Tüketiciler sadece ihtiyaçlarını karşılamak için değil, aynı zamanda keyif aldıkları için de alışveriş yapmakta, hatta bunu boş zaman aktivitelerinin başında saymaktadırlar (Westbrook ve Black, 1985). Tatmin olma, heyecanlanma ve kendini baskın hissetme gibi insani duyguları içinde bulunduran (Koufaris vd., 2001) alışveriş keyfi, kişilerin alışveriş süreci boyunca algıladıkları zevk derecesini ifade etmektedir (Korgaonkar, 1984).

Konuş ve diğerleri (2008) yılında yaptıkları çalışmalarında, tek kanal tercih eden tüketicilerle, çok kanallı alışveriş yapan tüketicilerin arama ve satın alma işlemlerini alışveriş keyfi açısından kıyaslamışlardır. Çok kanallı alışveriş yapmayı tercih edenlerin, alışveriş deneyimlerini daha keyifli olarak tanımladıklarını sonucuna varmışlardır. Ayrıca bu grubun, alışveriş yapmaktan daha fazla keyif aldıkları için, daha çok zaman ve para harcama eğiliminde olduklarını gözlemlemişlerdir. Alışveriş yapmaktan çok zevk almayan ve tek kanallı alışverişini tercih eden bireyler ise; alışveriş yapmayı, gereksiz ve sıkıcı bir zaman geçirme aktivitesi olarak tanımlamıştır.

Sonuçta, alışverişini keyifli bir aktivite olarak gören tüketiciler, bir şeyler aramaktan, yeni ürünler keşfetmekten heyecan duyan bireyler olarak tanımlanabilmektedir (Forsythe vd., 2006; Kim vd., 2007). Bu tutuma sahip olmayan bireyler ise, alışverişten kaçınma davranışı sergilemekte ve/veya alışveriş sürecinde harcadıkları zamanı en aza indirmeye çalışmaktadırlar (Westbrook ve Black, 1985; Bloch vd., 1994).

3. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Klasik pazarlama anlayışında, satın almaya karar verme süreci, ihtiyaçların tanınması, bilgi arama, alternatiflerin değerlendirilmesi, tek kanaldan yürütülen satın alma ve satın alma sonrası faaliyetler olarak özetlenebilir. Ancak çok kanallı perakende ortamında bu tür aşamalar tek bir kanalda gerçekleşmediği gibi, süreç ilerlerken dahi tüketicilerin çok kanallı seçim davranışına yol açan kanal değişimleri olabilmektedir.

Günümüz alışverişçilerinin baskın eğilimlerinden biri, webrooming kelimesinin karşılığı olan, çevrimiçi bilgi arama ve çevrimdışı satın almadır (Ward ve Morganosky, 2002; Verhoef vd., 2007). Bir diğer popüler eğilim ise, ürün bilgileri için çevrimdışı arama, fiyat avantajları için çevrimiçi arama yapıp, nihayetinde fiyat avantajları nedeniyle çevrimiçi satın alma anlamına gelen showrooming'tir (Fiore vd., 2005; Verhoef vd., 2015).

Giderek büyüyen çok kanallı alışveriş trendi, showrooming ve webrooming davranışlarının öncülleri olan tüketici motivasyonlarının ve beklentilerinin analiz edilmesini zorunlu kılmaktadır. Çok kanallı bir pazarlama ortamında, Mukherjee ve Chatterjee (2021), tüketicilerin satın alma sürecinde; 'bilgi arama' ve 'son satın alma aşamasında' olmak üzere iki kanal seçiminin söz konusu olabileceğini öngörmekte ve showrooming ile webrooming'i, bu iki kararın bir kombinasyonu olarak tanımlamaktadır. Tüketiciler tarafından son zamanlarda giderek artan fiziksel mağaza ve çevrimiçi mağaza karşılaştırmaları, kanal değişimlerine veya çoklu kanal tercihlerine sebep olan faktörlerin başında gelmektedir. Başka bir araştırmada ise, çok kanallı alışveriş tercihlerine ilişkin kavramsal çerçeve; psikolojik değişkenler, alışveriş motivasyonları, kanal ve ürünlere ilişkin değişkenler, beklenen fayda teorisine dayandırılarak incelenmiştir (Kleinlercher vd., 2020; Ardielli, 2020, Ferencakova vd., 2020).

Yeni medya, akıllı mobil cihazlar, tablet ve bilgisayarlar sayesinde, tüketim alışkanlıkları, fiziksel mağazalardan, çevrimiçi platformlara doğru hızlı bir geçiş yapmıştır (İnce ve Tor-Kadıoğlu, 2020). Çok kanallı perakendecilikte, çevrimiçi mobil kanallar ve fiziksel perakende fırsatları, showrooming ve webroomingte birleşmektedir. Her geçen gün perakende web sitelerinin sayılarının artması ve daha fazla yeni tüketicinin internet alışverişini keşfetmesiyle, perakendecilerin çevrimiçi müşterileri tutması daha da zorlaşmaktadır. Ayrıca, fiziksel mağazalarda, ürün çeşitliliğini online mağazalardaki kadar geniş tutmak mümkün olmamakla birlikte, perakendecilerin de sosyal medya platformlarını büyük ölçüde genişletmeleri doğru olacaktır. Böylece, hem çeşitlilik arayışı içerisinde olan tüketicileri kaybetmemiş hem de geleneksel alışverişin devamlılığına katkı sağlamış olacaklardır. Her ne kadar, akıllıca alışverişin yolunun akıllı telefon ya da kişisel bilgisayarlarımızdan geçtiğini düşünsek te, geleneksel alışverişten

henüz tamamıyla vazgeçmediğimiz ortadadır. Dijital yerliler sınıfına soktuğumuz gençlerimiz dahi bilgi edinme, satış elemanından fikir alma ve sosyal etkileşim gibi ihtiyaçlarını karşılamak için halen fiziksel mağazaları tercih etmektedirler. Çünkü, tüketicilerin satın almayı planladıkları ürüne ilişkin bilgileri sanal mağazalarda yeterli düzeyde bulamamaları ve akıllarına takılan soruları cevaplandıracak canlı muhatapların olmayışı, onları mağazalara yönlendirmektedir.

Satın alınmak istenilen ürün hakkında araştırma yapılması satın alma sürecinin önemli bir aşamasını oluşturmaktadır. Ancak bu aşama günümüzde yaşanan dijital gelişim ile farklı bir boyut kazanmıştır. Tüketicilerin satın almak istedikleri ürün ve hizmetlerin, çevrimiçi olarak, farklı arama seçenekleriyle daha kolay ve kısa zamanda görüntülenmesi, çevrimiçi mağazaların bilgi arama sürecinde daha fazla tercih edilmesini sağlamaktadır (Mukherjee ve Chatterjee, 2021). Bunun yanı sıra, tüketicilere daha fazla çeşit sunma kapasitesi ve tüketicilerin aradıkları ürünleri bulma şansının daha fazla olması açısından da, webrooming avantajlı bir konumdadır (Ketron ve Spears, 2021). Hem fiziksel mağazanın hem de çevrimiçi mağazanın olumlu yönlerinden yararlanmak isteyen günümüz tüketicileri, fiziksel perakendecilerin ayakta kalabilmesini giderek zorlaştırmaktadırlar. Bu açıdan da tüketicilerin çevrimiçi mağazalarda çeşitlilik arama davranışları ile ilgili daha fazla araştırma yapılmasına ihtiyaç olduğu söylenebilir. Perakendecilerin sosyal medya platformlarını büyük ölçüde genişleterek, ürünlerini sosyal medya aracılığıyla paylaşabilme olanağı sağlamaları, markalarının gelecekteki sürdürülebilirliği açısından faydalı olacaktır. Ayrıca, başarılı ve çok kanallı pazarlama stratejileri oluşturmak isteyen perakendecilerin, tüketici motivasyonları ve psikolojik dürtüler konusunda duyarlı davranmaları ve bunları göz önünde bulundurmaları gereklidir.

REFERENCES

- Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. *Journal of consumer research*, 13(4), 411-454.
- Aragoncillo, L., & Orus, C. (2018). Impulse buying behaviour: an online-offline comparative and the impact of social media. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 22(1), 42-62.
- Ardielli, E. (2020). EVALUATION OF ePARTICIPATION SERVICES ON CZECH MUNICIPAL WEBSITES: Ardielli, E.(2020). Evaluation of eParticipation Service' s Availability on Czech Municipal Websites. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 8 (1), 19-33. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 8(1), 19-33.
- Bloch, P. H., Ridgway, N. M., & Dawson, S. A. (1994). The shopping mall as consumer habitat. *Journal of retailing*, 70(1), 23-42.
- Boardman, R., & McCormick, H. (2018). Shopping channel preference and usage motivations: Exploring differences amongst a 50-year age span. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 22 (2), 270-284.
- Buttner, O. B., Florack, A., & Göritz, A. S. (2013). Shopping orientation and mindsets: How motivation influences consumer information processing during shopping. *Psychology & Marketing*, 30(9), 779-793.
- Cheema, A., & Papatla, P. (2010). Relative importance of online versus offline information for Internet purchases: Product category and Internet experience effects. *Journal of Business Research*, 63(9-10), 979-985.
- Chen, Y., Fay, S., & Wang, Q. (2011). The role of marketing in social media: How online consumer reviews evolve. *Journal of interactive marketing*, 25(2), 85-94.
- Cho, S., & Workman, J. E. (2015). Effects of need for touch, centrality of visual product aesthetics and gender on channel preference for apparel shopping. *Journal of Global Fashion Marketing*, 6(2), 120-135.
- Chocarro, R., Cortiñas, M., & Villanueva, M. L. (2013). Situational variables in online versus offline channel choice. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12(5), 347-361.
- Choi, S., Gale, D., & Kariv, S. (2012). Social learning in networks: a quantal response equilibrium analysis of experimental data. *Review of Economic Design*, 16, 135-157.
- Davis, R., Lang, B., & San Diego, J. (2014). How gender affects the relationship between hedonic shopping motivation and purchase intentions?. *Journal of Consumer Behaviour*, 13(1), 18-30.

- Ferencakova, L., Gajdka, K., Netek, V., & Kapoun, P. (2020). ENGAGING CUSTOMERS ON FACEBOOK COFFEE SHOPS' BRAND-FAN PAGES: Ferencakova, L., Gajdka, K., Netek, V. & Kapoun, P.(2020). Engaging Customers on Facebook Coffee Shops' Brand-Fan Pages. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 8 (1), 65-75. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 8(1), 65-75.
- Fiore, A. M., Jin, H. J., & Kim, J. (2005). For fun and profit: Hedonic value from image interactivity and responses toward an online store. *Psychology & Marketing*, 22(8), 669-694.
- Flavián, C., Gurrea, R., & Orús, C. (2019). Feeling confident and smart with webrooming: understanding the consumer's path to satisfaction. *Journal of Interactive Marketing*, 47(1), 1-15.
- Flavián, C., Gurrea, R., & Orús, C. (2020). Combining channels to make smart purchases: The role of webrooming and showrooming. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101923.
- Forsythe, S., Liu, C., Shannon, D., & Gardner, L. C. (2006). Development of a scale to measure the perceived benefits and risks of online shopping. *Journal of interactive marketing*, 20(2), 55-75.
- Gensler, S., Neslin, S. A., & Verhoef, P. C. (2017). The showrooming phenomenon: it's more than just about price. *Journal of Interactive Marketing*, 38(1), 29-43.
- Gensler, S., Verhoef, P. C., & Böhm, M. (2012). Understanding consumers' multichannel choices across the different stages of the buying process. *Marketing Letters*, 23, 987-1003.
- Gu, Z., & Tayi, G. K. (2017). Consumer pseudo-showrooming and omni-channel placement strategies. *MIS quarterly*, 41(2), 583-606.
- Hassan, M., & Lee, G.(2021). Online payment options and consumer trust: determinants of e-commerce in Africa. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 9 (2), 1-13. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 9(2), 1-13.
- Heitz-Spahn, S. (2013). Cross-channel free-riding consumer behavior in a multichannel environment: An investigation of shopping motives, sociodemographics and product categories. *Journal of retailing and consumer services*, 20(6), 570-578.
- Mehmet, İ. N. C. E., & KADIOĞLU, C. T. (2020). Tüketicilerin Covid19 (Korona) virüsüyle artan stoklama isteğinin online satın alma davranışına etkisi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(29), 1875-1906.

- Mukherjee, S., & Chatterjee, S. (2021). Webrooming and showrooming: a multi-stage consumer decision process. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Juaneda-Ayensa, E., Mosquera, A., & Sierra Murillo, Y. (2016). Omnichannel customer behavior: key drivers of technology acceptance and use and their effects on purchase intention. *Frontiers in psychology*, 7, 1117.
- Keng, C. J., Liao, T. H., & Yang, Y. I. (2012). The effects of sequential combinations of virtual experience, direct experience, and indirect experience: the moderating roles of need for touch and product involvement. *Electronic Commerce Research*, 12, 177-199.
- Ketron, S., & Spears, N. (2021). Sound-symbolic signaling of online retailer sizes: The moderating effect of shopping goals. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102245.
- Kim, J., Fiore, A. M., & Lee, H. H. (2007). Influences of online store perception, shopping enjoyment, and shopping involvement on consumer patronage behavior towards an online retailer. *Journal of retailing and Consumer Services*, 14(2), 95-107.
- Kleinlercher, K., Linzmajer, M., Verhoef, P. C., & Rudolph, T. (2020). Antecedents of webrooming in omnichannel retailing. *Frontiers in Psychology*, 11, 606798.
- Konuş, U., Verhoef, P. C., & Neslin, S. A. (2008). Multichannel shopper segments and their covariates. *Journal of retailing*, 84(4), 398-413.
- Korgaonkar, P. K. (1984). Consumer shopping orientations, non-store retailers, and consumers' patronage intentions: A multivariate investigation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 12, 11-22.
- Kostiukevych, R., Mishchuk, H., Zhidebekkyzy, A., Nakonieczny, J., & Akimov, O. (2020). The impact of European integration processes on the investment potential and institutional maturity of rural communities. *Economics & Sociology*, 13(3), 46-63.
- Koufaris, M., Kambil, A., & LaBarbera, P. A. (2001). Consumer behavior in web-based commerce: an empirical study. *International journal of electronic commerce*, 6(2), 115-138.
- Krasonikolakis, I., Vrechopoulos, A., & Pouloudi, A. (2014). Store selection criteria and sales prediction in virtual worlds. *Information & Management*, 51(6), 641-652.
- Kwon, K. N., & Jain, D. (2009). Multichannel shopping through nontraditional retail formats: Variety-seeking behavior with hedonic and utilitarian motivations. *Journal of Marketing Channels*, 16(2), 149-168.
- Lee, J. Y., & Bell, D. R. (2013). Neighborhood social capital and social learning for experience attributes of products. *Marketing Science*, 32(6), 960-976.

- Lewis, M., Brown, K. A., & Billings, A. C. (2017). Social media becomes traditional: Sport media consumption and the blending of modern information pathways. *Journal of Global Sport Management*, 2(2), 111-127.
- Maity, M., & Dass, M. (2014). Consumer decision-making across modern and traditional channels: E-commerce, m-commerce, in-store. *Decision Support Systems*, 61, 34-46.
- Mehra, A., Kumar, S., & Raju, J. S. (2013). Showrooming'and the competition between store and online retailers. Available at SSRN, 2200420.
- Moon, B. J. (2004). Consumer adoption of the Internet as an information search and product purchase channel: some research hypotheses. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 1(1), 104-118.
- Mukherjee, S., & Chatterjee, S. (2021). Webrooming and showrooming: a multi-stage consumer decision process. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Muriqi, S., Baranyai, Z., & Fekete-Farkas, M. (2021). COMPARATIVE ANALYSIS OF COOPERATIVE & NONCOOPERATIVE FARMERS IN KOSOVO. *Economics & Sociology*, 14(3), 242-263.
- Ong, D. L. T., & Yap, W. X. (2017). The impact of fitness center servicescape on individual behavior: The mediating role of emotional response. *Journal of Global Sport Management*, 2(2), 128-142.
- ÖZSİRKEÇİOĞLU, G. (2021). BİR SOSYAL MEDYA İLETİŞİM ARACI OLARAK INSTAGRAM. *Atlas Journal*, 7(39), 1515-1531.
- Pakurár, M., Haddad, H., Popp, J., Khan, T., & Oláh, J. (2019). Supply chain integration, organizational performance and balanced scorecard: An empirical study of the banking sector in Jordan. *Journal of international studies*, 12(2).
- Rao, A. R., & Monroe, K. B. (1988). The moderating effect of prior knowledge on cue utilization in product evaluations. *Journal of consumer research*, 15(2), 253-264.
- Rapp, A., Baker, T. L., Bachrach, D. G., Ogilvie, J., & Beitelspacher, L. S. (2015). Perceived customer showrooming behavior and the effect on retail salesperson self-efficacy and performance. *Journal of Retailing*, 91(2), 358-369.
- Richter, F. (2013). Showrooming in the retail environment. [Online], Retrieved May, 18, 2013.
- Rohm, A. J., & Swaminathan, V. (2004). A typology of online shoppers based on shopping motivations. *Journal of business research*, 57(7), 748-757.

- Schul, Y., & Mayo, R. (2003). Searching for certainty in an uncertain world: The difficulty of giving up the experiential for the rational mode of thinking. *Journal of Behavioral Decision Making*, 16(2), 93-106.
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing: introduction to the special issue on multi-channel retailing. *Journal of retailing*, 91(2), 174-181.
- Verhoef, P. C., Stephen, A. T., Kannan, P. K., Luo, X., Abhishek, V., Andrews, M., ... & Zhang, Y. (2017). Consumer connectivity in a complex, technology-enabled, and mobile-oriented world with smart products. *Journal of Interactive Marketing*, 40(1), 1-8.
- Verhoef, W., & Bach, H. (2007). Coupled soil–leaf–canopy and atmosphere radiative transfer modeling to simulate hyperspectral multi-angular surface reflectance and TOA radiance data. *Remote Sensing of Environment*, 109(2), 166-182.
- Ward, M. R., & Morganosky, M. (2002). Consumer acquisition of product information and subsequent purchase channel decisions. In *The Economics of the Internet and E-commerce* (Vol. 11, pp. 231-255). Emerald Group Publishing Limited.
- Westbrook, R. A., & Black, W. C. (1985). A motivation-based shopper typology. *Journal of retailing*.
- Wijonarko, G., Nastišin, E., Fedorko, R., Bačík, R., & Rigelský, M. (2019). Engagement factors analysis of companies managing their presence on Facebook platform: a quantitative approach research in airlines sector. *Polish Journal of Management Studies*, 20.
- Yaoyuneyong, G. S., Pollitte, W. A., Foster, J. K., & Flynn, L. R. (2018). Virtual dressing room media, buying intention and mediation. *Journal of Research in Interactive Marketing*.

24. Bölüm

Bâbürnâme'de Geçen Kadın İsimleri ve Bâbürnâme'de Kadının Görünümü

Semra AKGÜL¹

¹ Araş. Gör. Dr. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü
semraakgul@uludag.edu.tr, ORCID: 00 00000304713772

Giriş

Bâbürnâme'de kadın karakterler karşımıza evlat, kardeş, anne, büyükanne, hala, yenge ve eş rollerinde çıkar. Yöneticilik vasfı yüklenmiş bir kadın karaktere rastlanmaz¹; ancak kadının yönetici konumundaki erkeğin “kadını”, “annesini” ya da “büyükannesini” olarak etkili olduğu ve bazı kararlarda etkin rol oynadığı vakalar görülür. Türklerin İslamiyet'in kabulünden önceki yönetim anlayışında “kadın”ın yeri² “erkek” karakterlerin yeri kadar değerli ve belirgindir. Devlet yönetiminde, sahip olduğu “kut” ile iktidar sahibi olan “Hakan”ın yanında eşi “Hatun” da söz sahibidir. Hatun, Hakan'ın yanı sıra, onunla birlikte veya onun yokluğunda devleti yönetir, siyasetin içindedir ve törenlerde yer alır (Kafesoğlu, 1986).

Bir dil yadigarı olan *Bâbürnâme*'nin³ yazarı, Büyük Bâbür İmparatorluğu'nun kurucusu Bâbür Şah'dır (1483-1530). Bâbür, hatıratında tarihî ve siyasi olayların yanı sıra gezip gördüğü yerlere, bu yerlerin bitki ve hayvanlarına, buralarda yaşayan halkın genel hatlarıyla hal ve tavırlarına da yer vermiştir. Ait olduğu tarihî dönem itibarıyla, yönetimlerin iktidarlarını vuruş ve savaşlar üzerinden koruduğu bir zamanda, at sırtında geçen bir ömre rağmen Bâbür, hatıratında birçok konuda samimi açıklamalar yapmıştır. Kuvvetli bir anlatıma ve yoğun bir içeriğe sahip bu dil yadigarının bizlere sunduğu bir diğer önemli veri de kadın karakterlerin dönem içindeki varlığı, statüsü, etkisi ve yaşantısıdır.

Bâbür, kadınlara verdiği değeri hatıratına yansıtmış, çevresindeki kadınlarla ilgili sahip olduğu bilgileri, şecerelerini, başlarına gelen hadiseleri muhakkak not etmiştir. Kendisi kadınlara karşı şefkatli, özellikle aile efradından kadınlara karşı saygılı ve vefalı davranmayı ihmal etmemiştir. Türk tarihi boyunca kadının siyasette ve yönetimde daima belirgin bir rolü olmuş, ancak İslamiyet'ten önce bu rol görünür, bilinir ve kabul edilir (Hatun'un da kut sahibi olması) şekilde iken, İslamiyet'ten sonra daha çok gölge siyaset halini almıştır. Bâbür'ün satırlarında da kadının siyasette resmîyete dökülmemiş, ancak yer yer etkili olabilen varlığını okumak mümkündür. Bunlardan belki en dikkat çeken, Bâbür'ün çok sevdiği ve saydığı büyükannesinin yardımıyla yeri geldiğinde zor durumlardan kurtulması, yeri geldiğinde onun tavsiyeleriyle hareket ederek siyasetine yön vermesidir.

¹ İslam devletlerinde kadının durumu her zaman aynı değildir, İslam devletlerinde kadının yönetim kadrosunda yer almasıyla ilgili bk. ÜÇÖK, Bahriye (2011). *İslam Devletlerinde Türk Naibeler ve Kadın Hükümdarlar*, İstanbul: Bilge Kültür Sanat.

² Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için bk. GÖMEÇ, Saadettin (1997). “Kagan ve Katun” Ankara: *DTCF Tarih Araştırmaları Dergisi*. 18/29: 81.

³ *Bâbürnâme* hakkında ayrıntılı bilgi için bk. AKÜN, Ömer Faruk (1991). “*Bâbürnâme*”, *TDV İslâm Ansiklopedisi*. 4: 404-408.

Yöntem

Bu çalışmadaki amaç, Bâbü'r Devletinde kadının rolünü⁴ saptamak değil, *Bâbü'r-nâme*'den hareketle, "Bâbü'r'ün gözünden" dönemin şartları içerisinde kadının yerini, yaşantısını, siyaset ve aile içerisindeki konumunu ortaya koymak ve Bâbü'r'ün kadına karşı tavrını incelemektir. Bu çalışmada anlatı sıralamasına ve konu bütünlüğüne dikkat edilerek Bâbü'r'ün bahsettiği tüm kadın şahsiyetlere yer verilmiştir. Yer yer kadının konumu, rolü ve yaşantısına dair *Bâbü'r-nâme*'den parçalara Arat'ın *Baburnâme*⁵ adlı çalışmasından faydalanarak yer verilmiş ve Bâbü'r'ün anlattıklarından yola çıkarak dönemin "kadın" varlığı incelenmeye çalışılmıştır.

Bâbü'r-nâme'nin Haydarâbâd nüshasında⁶ geçen kadın isimleri çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır. Bu isimlerle ilgili Bâbü'r'ün hatıratında yaptığı açıklamalar Türkiye Türkçesine aktarılarak verilmiş ve ilgili sayfaların varak numaraları belirtilmiştir. Tercümelere kendi çeviri ve yorumlarımızla birlikte Arat'ın tercümesinden faydalanılmıştır. Kadın karakterlerle ilgili Bâbü'r'ün ifadelerinden yola çıkarak ilgili dönemdeki kadının yaşantısı, sosyal hayattaki konumu, siyasetteki etkisi ve Bâbü'r'ün kadınlara bakışı değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Bâbü'r'ün Yakın Çevresindeki Kadınlar ve Siyasi Olaylar Neticesinde Değişen Hayatları

Bâbü'r-nâme'de, Bâbü'r'ün ilk kez kadınlardan bahsettiği yer, aile bireylerini tanıttığı bölümdür. Bâbü'r'ün babası Fergana ülkesinin hâkimi Ömer Şeyh Mirza (Grenard, 1971: 3) ve annesi Cengiz Han'ın torunlarından Yunus Han'ın kızı Kutluk Nigâr Hanım'dır (Konukçu, 1991: 395). Bâbü'r, babası Ömer Şeyh Mirza'nın kadınları olarak Kutluk Nigâr Hanım, Fatıma Sultan, Ümid Ağaç, Ağa Sultan ve Mahmude Sultan'ı sayar. Ömer Şeyh Mirza'nın bu kadınlardan üç erkek ve beş kız çocuğu olmuştur. Bu kadınlardan Kutluk Nigâr Hanım, Cengiz Han'ın ikinci oğlu Çağatay Han neslinden olan Yunus Han'ın kızıdır ve Bâbü'r'ün annesidir. Kutluk Nigâr Hanım, Bâbü'r'ün hatıratında haklarında detaylı bilgi verdiği Sultan Mahmud Han ile Sultan Ahmed Han'ın da ablasıdır (*Bâbü'r-nâme*, 9b).

Bâbü'r'ün iki erkek ve beş kız kardeşi vardır. Kız kardeşlerinden Hanzade Begim, Bâbü'r'ün anne-baba bir kardeşidir ve kendisinden beş yaş büyüktür. Bâbü'r'ün kimseden yardım alamadığı, siyaseten güçsüz, askerî olarak da

⁴ Konuyla ilgili ayrıntılı bir çalışma için bk. GÖLEN, Zafer (2016). "Babur Devlet Siyasetinde Kadınların Rolü". Samsun: Canik Belediyesi Kültür Yayınları, 639-659.

⁵ ARAT, Reşit Rahmeti (2005). *Baburnâme*, İstanbul: Kalebci.

⁶ Bu nüshanın transkripsiyonu için "Bâbü'r-nâme'nin Haydarâbâd Nüshasının Transkripsiyonu ve Söz Dizimi İncelemesi" başlıklı doktora tezi kullanılmıştır.

zorluklarla mücadele ettiği ve kendisinin “fetret” olarak andığı dönemde Hanzade Begim, ezeli düşmanı Şeybani Han’ın eline düşer. Şeybani Han’dan bir oğlu olan Hanzade Begim seneler sonra kardeşiyle karşılaştığında ise kardeşi Bâbü’ü tanıyamaz. Aradan geçen on yıla yakın bir zaman diliminde, at sırtında, galibiyetlerle birlikte yenilgileri de tatmış Bâbü, ancak kendisini tanıtıp ismini söyledikten sonra öz kardeşi tarafından tanınır. Hatıratında bu anlara ayrıntılarıyla yer veren Bâbü, zamanın yıkıcı etkilerini öz kardeşlerin birbirini tanıyamayacak hale gelmesi üzerinden anlatır adeta.

Bâbü’ün diğer dört kız kardeşi; Mihr Bânû Begim, Şehr Bânû Begim, Yedigâr Sultan Begim ve Rukiye Sultan Begim (Karagöz Begim)’dir. Yedigâr Sultan ve Rukiye Sultan, babaları Ömer Şeyh Mirza’nın vefatından sonra dünyaya gelmişlerdir. Yedigâr Sultan’ı Bâbü’ün büyükannesi İsen Devlet Begim himaye altına almış ve büyütüştür. Ne var ki o da Hanzade Begim gibi, Endican ve Ahsi Şeybani Han’ın eline geçince Abdülatif Sultan’ın eline düşer. Rukiye Sultan ise Bâbü’ün siyaseten zayıfladığı fetret devrinde Cani Bey Sultan’ın eline düşer. Cani Bey’den iki oğlu olmasına rağmen, bu çocukların ikisi de yaşamaz. Kendisi de Bâbü’ün hatıralarını kaleme aldığı tarihte hakkın rahmetine kavuşmuştur. Burada, Bâbü’ün üç kız kardeşinin de siyasi ve askerî olaylar neticesinde şekillenen hayatları dikkat çeker.

Bâbü’ün satırlarında, iktidar mücadelesi ve siyasi olaylar kıskacında, erkek egemen bir dünyada, yönetimi el değiştiren topraklarla birlikte eşleri de değişen kadınlar görülür. İktidar mücadelesini kaybeden, siyasi gücünü yitiren erkek karakterin çevresindeki kadınların payına düşen “düşman” veya “rakip” erkeğin eline düşmek ve uygun görülen kişilerle evlendirilmek olur. Burada Bâbü’ün benzer şartlar altında kadınlara karşı tavrı için bir parantez açmayı gerekli görüyoruz. Dönemin şartları altında yönetimi ele geçiren güç, bir önceki yönetiminin kadınları üzerinde hak sahibi oluyor ve bu kadınları, kadınları arasına katıp kendilerine, oğullarına veya kumandanlarına eş olarak alabiliyorken Bâbü, aynı durumda, bir önceki yönetimin kadınları eline geçmesine rağmen bu kadınları serbest bıraktığını anlatmıştır:

Bir diğeri de Ahmed Hacı Bey’in torunu Latife Begim’di. Mirza’dan sonra Hamza Sultan’la evlenmiş ve ondan üç oğlu olmuştu. Ben, Hamza Sultan ve Timur Sultan kumandasındaki sultanları mağlup edip Hisar’ı aldığım da bu Sultanzadeler ve birkaç Sultanzade daha elime düşmüştü. Hepsini serbest bıraktım (Arat, 2005, 155).

Bâbü, hatıratının ilerleyen satırlarında anne tarafından dedesi Yunus Han’dan ve onun hanımları ve çocuklarından bahseder. Bu satırlarda bir kez daha

kadınların, el değiştiren yönetime göre aile birliklerinin değiştiği ya da bu kişilerin esareti altında yaşadıkları okunur. Yunus Han'ın, İsen Devlet Begim'den üç kızı olur. Bu kızlardan en büyüğü Mihr Nigâr Hanım'ı, Ebu Said Mirza en büyük oğlu Sultan Ahmed Mirza'ya alır. Ancak ne yazık ki Bâbü'ün fetret olarak andığı zamanda Mihr Nigâr Hanım, Bâbü'ün ezeli düşmanı Şeybani Han'ın eline düşer. Bir süre sonra Şeybani Han'ın esaretinden kurtulan Mihr Nigâr Hanım ve Şah Begim ve onlarla birlikte bulunan aileleri Ebubekir Kaşgari'nin akıncılarına esir düşerler. Bâbü'ün üzüntü içinde bu kişilerin, “merhametsiz” olarak nitelendirdiği Ebubekir Kaşgari'nin esaretinde fani dünyaya veda ettiklerini söyler (Bâbü'nâme, 10b-11a).

Bâbü, kız kardeşleriyle birlikte üvey kardeşleri ve onların annelerine de hatıratında yer verir. Adlarını andığı kişiler şöyledir: Cihangir Mirza'nın annesi, Moğol tümen beylerinden Fatıma Sultan; Nasır Mirza'nın annesi Endicanlı cariyeye Ümid; Nasır Mirza'nın öz kardeşleri olup Bâbü'den iki yaş büyük olan Mihr Bânû Begim ile sekiz yaş büyük olan Şehr Bânû Begim (Bâbü'nâme, 11b).

Bâbü, yukarıda isimlerini saydığımız kardeşlerinden sonra babasına, babasının kadınlarına ve cariyelerine döner. Ömer Şeyh Mirza'nın kadınlarından bir diğeri Moğol tümen beylerinden birinin kızı olan Fatıma Sultan'dır. Bu kadınlardan başka babasının birçok odalık ve cariyesinin de olduğunu söyleyen Bâbü, bunlardan üçünün adını sayar: Ümid Ağaç, Tün Sultan ve Ağa Sultan (Bâbü'nâme, 12b).

Devam eden satırlarda iki konu dikkat çeker: Birincisi Mirza'dan bir kızı olan ancak küçük yaşta vefat eden Ulus Ağa'nın evladını kaybetmesinden bir buçuk yıl kadar sonra haremde çıkarılmasıdır. Burada Bâbü, haremde gönderilişinin sebebini açıkça belirtmese de gönderiliş tarihi olarak kız çocuğunun ölümünden sonraki bir buçuk yıla işaret etmesi akla cariyenin haremde çıkarılması ile kaybettiği çocuk arasında bir ilişki olup olmadığı sorusunu getirir (Bâbü'nâme, 12b).

Diğer dikkat çekici konu, Karagöz Begim'in Mirza tarafından hoş görülmesi için “soyunun yükseltilmesi”dir. Soy silsilesinin önemli olduğu bu tarihlerde, “sevimli” bulunan bir kadının soyuyla da öne çıkarılmaya çalışıldığı söylenebilir: “*Daha sonradan aldığı Karagöz Begim ise çok sevimliydi. Mirza'ya hoş görünmek için nesebini Sultan Ebu Said Mirza'nın ağabeyi Minuçihr Mirza'ya kadar çıkarmışlardı.* (Arat, 2005, 146)”

Siyasi ve Askerî Güç İçin Kullanılan Kadınlar ve Kadının Siyasetteki Etkisi

Kadının siyasette varlığının görünür olduğu eylemlerden biri, “kız alıp verme” yöntemidir. Mevcut ilişkileri iyileştirme veya güçlendirme, ittifak kurma veya

husumeti sonlandırma gibi sebeplerle aileler arasında kız alıp kız verilmiştir. Öyle ki evlilik müessesinin neredeyse siyasi bir kurum olarak çalıştığı görülebilir. Bizzat Bâbü'r'ün anne-babasının evliliği de bu yolla gerçekleşmiştir. Aşağıda *Bâbü'r-nâme*'den yer vereceğimiz satırlarda evlilik müessesinin “askerî ve siyasi güç elde etmek”, “barış sağlamak” veya “ilişkileri geliştirmek” maksadıyla kullanıldığını göreceğiz.

Bunlardan ilki, Bâbü'r'ün açıkça ifade ettiği şekilde Uluğ Bey Mirza'nın oğlu Abdülaziz Mirza'ya Yunus Han'ın ablasını alması hadisesidir. Uluğ Bey Mirza bu evlilik sayesinde geliştirdiği ilişki ağını daha sonra askerî destek elde etmek için kullanmak istemiştir. Bu evlilik sayesinde Barın tümen beylerinden İrzen ve Hırmas tümen beylerinden de Mirek Türkmen, üç dört bin aileli Moğol ulusuyla Yunus Han'ı da alıp Uluğ Bey Mirza'ya gelirler. Evlilik yoluyla elde ettiği bu yardımla Uluğ Bey, Moğol ulusunu tekrar ele geçirmeyi ümit etmiş ama işler umduğu gibi gitmemiştir (Bâbü'r-nâme, 10a).

Benzer şekilde yine “evlilik” müessesinden doğan güç ile siyasi olayların şekillendiği bir başka hadise Yunus Han'ın ablasının Ebu Said Mirza ile evlendirilmesidir. Daha evvel Uluğ Bey Mirza'nın oğlu Abdülaziz Mirza'yla evlendirilen Yunus Han'ın ablası, bu defa Sultan Ebu Said Mirza ile evlendirilmiş ve bu evlilik sayesinde Yunus Han ile dost ilişkiler inşa edilmiş, Yunus Han Horasan'dan getirtilip Moğol ulusunun hanı tayin edilerek gönderilmiştir (Bâbü'r-nâme, 10b).

Bâbü'r-nâme'de evlenen kadının soyunun önemini vurgulayan olaylar da vardır. Bunlardan birine göre Yunus Han'ın hanımı, Bâbü'r'ün büyükannesi İsen Devlet Begim'in babası Sagarıçı beylerinin büyüğü olarak anılan Şir Hacı Bey'dir. Yunus Han bu beylerin arasına gitmiş ve İsen Devlet Begim ile evlenmiştir. Moğol âdetlerine göre evlenme merasimi gerçekleştirilen Yunus Han ve İsen Devlet Begim ak keçe üzerinde yükseltilerek han ilan edilmiştir (Bâbü'r-nâme, 10b). Bâbü'r'ün hatıratında büyükannesi İsen Devlet Begim'in babası Şir Hacı Bey'in konumunu vurgulaması boş bir çaba değildir.

Evlilik müessesinin veya evlendirme/ kız verme/ kız alma eyleminin siyasi bir araç olarak kullanıldığı bir başka olay ise Abdülbaki Mirza'ya gösterilen hürmetin bir nişanesi olarak Sultanım Begim'in kendisine verilmesi ve bu sayede Abdülbaki Mirza'nın Sultan Hüseyin Mirza'ya damat olmasıdır (Bâbü'r-nâme, 176a).

Kız alıp-vermenin siyasetteki rolüne örnek olabilecek bir başka hadise ise ulusunun huzuru için Yusuf Zeyi'nin Şah Mansur'un kızıyla evlenmesidir. Yusuf Zeyi yaptığı bu evlilik ile hem halkının güvenliğini sağlamış oluyor hem de barışa aracı oluyordu (Bâbü'r-nâme, 220b)

Aşağıda yer alan satırlarda ise Bâbü, Mahmud Mirza'nın kızlarından Bike Begim aracılığıyla kurulan barışa ve bunun askerî neticesine değinmiştir:

İkinci kızı Bike Begim'di; Sultan Hüseyin Mirza Hisar'ı kuşattığında bu kızı Sultan Ebu Said Mirza'nın kızı Payende Sultan Begim'den olan Haydar Mirza adlı oğluna almış ve barış yaparak Hisar'dan çekilmişti.

Şimdi yer vereceğimiz satırlarda, bir kadına duyulan sevginin onun mertebesinin yükseltilmesindeki rolüyle birlikte kadının siyasetteki varlığını da okuyabiliriz. Hüseyin Mirza'nın kadınlarından olan Hatice Begim'le ilgili Bâbü'nün verdiği ayrıntılar şöyledir: Hatice Begim, Sultan Ebu Said Mirza'nın Irak'ta mağlup olmasından sonra Herat'a gelir. Onu burada gören Sultan Hüseyin Mirza, Hatice Begim'i çok beğenir ve kendine alır. Mirza, Hatice Begim'e olan sevgisi neticesinde onun derecesini de cariyelikten begimlik derecesine yükseltir. Cariyeyken hanımlığa yükselen Hatice Begim'in giderek artan nüfuzu Mirza'nın oğullarıyla olan ilişkisini de etkiler ve nihayet Hatice Begim'in tahrikiyle Hüseyin Mirza, öz torunu Muhammed Mü'min Mirza'yı öldürtür. Bâbü'e göre aslen akılsız ve çok konuşan biri olan Hatice Begim, belli ki Mirza ile olan ikili ilişkisini başarılı bir şekilde yönetmiş ve onun karar alma mekanizmalarında etkili olmuştur (Bâbü'nâme, 169a).

Kadının siyasetteki rolünü gösteren bir başka örnek ise Bâbü'nün "annelerim" diyerek nitelendirdiği annesi Kutluk Nigâr Hanım ve büyükannesi İsen Devlet Begim'in Bâbü'nün Semerkand'dan çıkmaya ikna etmek için yazdıkları mektuplardır. Bâbü gerek üstadı Hoca Mevlana Kadı'nın gerek annelerinin mektuplarında söylediklerine kayıtsız kalamamış, onların sözlerine karşı duramamış ve Semerkand'dan çıkıp Endican'a gitmeye karar vermiştir (Bâbü'nâme, 53a).

Bu sözleri kadının siyasetteki etkisi olarak okumak mümkünse de *Bâbü'nâme*'nin daha ilk sayfalarından itibaren anne ve büyükannesine olan sevgi ve saygısını dile getiren Bâbü'nün yine onlara olan hürmeti olarak okumak da mümkündür. Nitekim Semerkand'da ağır bir hastalık geçiren Bâbü'nün adamları ondan ümitlerini kesmiş ve Bâbü'nün bu müşkül halini çevreye duyurmuşlardır. Durumdan haberdar olan ve Bâbü için endişelenen Kutluk Nigâr Hanım ve İsen Devlet Begim, Semerkand'dan ayrılmanın Bâbü'nün güvenliği için daha iyi olacağını düşünürler. Muhtemel tehlikeleri gören, meydana gelebilecek hadiseleri tahmin eden bu güçlü kadınlar Semerkand'dan ayrılma konusunda Bâbü'e ısrarcı olurlar.

Bâbü'nün ananesinin de Bâbü üzerinde etkili olmaya çalıştığı bir olay Bâbü tarafından not edilmiştir. Ananesi Şah Sultan Begim'in Endican'a gelip Bâbü'ü

ziyaret ettiği bu vakada Bâbü’r’e göre ananesinin asıl gayesi Cihangir’in serbest bırakılması için ricacı olmaktır (Bâbü’rnâme, 70b).

Bâbü’r’e Tesir Eden Bir Kadın Olarak İsen Devlet Begim ve Çocukları

Bâbü’r, hatıratında birçok kez büyükannesi İsen Devlet Begim’den hürmetle bahseder. İsen Devlet Begim, kudretli, çözümcü, siyasi olaylarda inisiyatif alabilen, torunu Bâbü’r üzerinde etki sahibi bir kadın olarak karşımıza çıkar. İsen Devlet Begim’in karakterini yansıtmaları açısından şu olayı not etmeyi gerekli görüyoruz: İsen Devlet Begim, kocası Yunus Han’la birlikte esir düştüğünde, başka bir adama sunulur. Bulunduğu şartlar altında kendisine layık görülen bu davranışı saygı içerisinde kabul etmiş gibi görünen İsen Devlet Begim, gece olduğunda emrindeki hizmetçilerle beraber bu adamı öldürür. Kendisini başka bir adama veren valiye, “Beni başkasına vermeye kalkıştınız, ben de onu öldürdüm. İsterseniz siz de beni öldürün” der. İsen Devlet Begim’in davranışı karşısında tutumu değişen vali, onu kocası Yunus Han’a iade eder (Grenard, 1971, s.17). Esaret altındaki bir kadının, kendisine karşı gelişen bir durumdan kudreti sayesinde kurtulduğunu söyleyebiliriz. İsen Devlet Begim, bu kararlı duruşunu her daim muhafaza etmiş, torunu Bâbü’r için de inisiyatif almaktan hiçbir zaman çekinmemiştir.

Bâbü’r, büyükannesi İsen Devlet Begim’in Yunus Han’la olan evliliğinden doğan kızları hakkında da bilgi verir. Bu kızlardan biri, Ömer Şeyh Mirza ile evlendirilmiş Kutluk Nigâr Hanım, yani Bâbü’r’ün annesidir. Burada yeri gelmişken Bâbü’r’ün kadınlara karşı hürmeti ve vefası hakkında bir parantez açmayı zaruri görüyoruz. Nitekim Bâbü’r, annesine karşı da her daim vefalı ve hayırlı bir evlat olmuştur. Ancak ne yazık ki annesi çoğunlukla, Bâbü’r’ün siyaseten güçsüz, askerî gelişmeler açısından da duraklamalar zamanına denk gelmiş; Bâbü’r’ün Kabil’i almasından kısa bir süre sonra da vefat etmiştir (Bâbü’rnâme, 11a).

Yunus Han’ın İsen Devlet Begim’den olan kızlarından bir diğeri Sultan Nigâr Hanım’dır. Sultan Nigâr Hanım, Sultan Mahmud Mirza ile evlendirilir. Ancak Mahmud Mirza öldükten sonra, kimselere haber vermeden çocuğunu da yanına alarak Taşkend’e kardeşinin yanına gider. Burada uzun süre kalamayan Nigâr Hanım, bu defa Edik Sultan ile evlendirilir. Taşkend’in yönetimi Şeybani Han’a geçtiğinde Sultan Nigâr Hanım, hizmetinde bulunan on iki Moğol’la kaçarak Edik Sultan’ın yanına gider. Edik Sultan’dan iki kızı olur ve kızlarından birini Şeybani sultanlarından birine, diğeri ise Reşid Sultan’a verirler. Sultan Nigâr Hanım’ın evlilik hayatı bir kez daha değişir ve Edik Sultan’dan sonra Kazak ulusunun hanı Kâsım Han Nigâr Hanım’ı alır (Bâbü’rnâme, 12a).

Yunus Han ve İsen Devlet Begim'in üçüncü kızları, Hub Nigâr Hanım'dır. Muhammed Hüseyin Duğlat'la evlendirilen Hub Nigâr'ın bu evlilikten bir kızı ve oğlu olur.

Yunus Han'ın başka kadınları da olmuş, ancak çocukları yalnız İsen Devlet Begim ve Şah Begim'den doğmuştur. Yunus Han'ın Şah Begim'den iki kız ve iki oğlu olur. Bâbü, onlarla ilgili bilgi vermeyi de ihmal etmez. Şah Begim, Bedehşan şahı Şah Sultan Muhammed'in kızıdır ve soylarının İskender Filkos'a kadar ulaştığı iddia edilir. Ayrıca Şah Begim'in bir ablası vardır ve onu da Sultan Ebu Said Mirza almıştır.

Erkek Karakterlerin “Kadınları”, “Kızları” ve “Cariyeleri” Olarak Kadın

Bâbü, hatıratında dönemin önemli isimlerini tanıtırken şöyle bir yol izlemiştir: bahsettiği kişinin doğumunu ve soyunu açıkladıktan sonra fiziksel görünümüne dair bilgiler vermiş, ardından ahlak ve tavrından bahsetmiştir. Katıldığı savaşları ve sahip olduğu toprakları anlattıktan sonra muhakkak aile yaşantısına, çocuklarına ve kadınlarına dair bilgileri de aktarmıştır.

Amcası Sultan Ahmed Mirza'yı tanıttığı bölümde de soyunu, fiziki özelliklerini, ahlak ve tavrını, katıldığı savaşları ve sahip olduğu toprakları anlattıktan sonra çocuklarına, kadın ve cariyelerine dair bilgi verir. Buradaki bilgiler daha çok hangi çocuğunun hangi kadın veya cariyesinden olduğuna dairdir. Burada dikkat çeken iki bilgi, Bâbü'nün amcası Sultan Ahmed Mirza'nın iki kızıyla evlenmiş olmasıdır. Sultan Ahmed Mirza'nın dördü Kutluk Begim'den olmak üzere toplam beş kızı vardır. Bu kızlardan en büyüğü Karagöz Begim olarak anılan Rabia Sultan'dır. Ahmed Mirza hayattayken bu kızını Sultan Mahmud Han'a verir, Mahmud Han ölünce bu defa Rabia Sultan, Cani Bey Sultan ile evlendirilir (Bâbü'nâme, 19b). Ahmed Mirza'nın ikinci kızı Ak Begim olarak anılan Saliha Sultan Begim'dir. Ak Begim, babasının vefatından sonra amcası Sultan Ahmed Mirza tarafından büyük oğlu Sultan Mes'ud Mirza'ya için istenir ve düğünler eşliğinde bu ikili evlendirilir. Mirza'nın bir diğer kızı Sultanım Begim'dir ve sırasıyla Sultan Ali Mirza, Timur Sultan ve Mehdi Sultan'ın kadını olur (Bâbü'nâme, 20a).

Bâbü, Sultan Ahmed Mirza'nın çocuklarını anlattıktan sonra, kadınları ve cariyeleri bahsini açar. Ahmed Mirza'nın kadınlarından ilki, aynı zamanda Bâbü'nün teyzesi olan Mihr Nigâr Hanım'dır. Barışa aracı olması adına Bâbü'nün annesi Yunus Han'ın kızlarından Kutluk Nigâr Hanım ile onun kız kardeşleri Mihr Nigâr Hanım ve Sultan Nigâr Hanım Ebu Said Mirza'nın üç oğlu ile evlendirilmiştir.

Sultan Ahmed Mirza'nın diğer iki kadını ise birbirleriyle süt kardeş olan Tarhan Begim ve Kutluk Begim'dir. Bâbü'ün naklettiğine göre Ahmed Mirza, Kutluk Begim'le severek evlenmiştir. Kutluk Begim'in sevimli olduğunu ve şarap içtiğini söyleyen Bâbü, onu aynı zamanda "zorba" olarak tanımlar. Bâbü'ün aktardığına göre Kutluk Begim'in zorbalığı o raddedir ki Mirza, Kutluk Begim hayatta iken başka kadınlara gidemez. Tam bu noktada Bâbü dikkat çekici bir bilgi aktarır ve Mirza'nın Kutluk Begim'i öldürdüğünü, bu sayede de adını temizlediğini belirtir. Öyle ki Mirza'nın Kutluk Begim'le olan ilişkisi onun "kötü ad" ile anılır duruma getirir (Bâbü'nâme, 20b).

Ahmed Mirza'nın evlilikleri ve kadınları hakkında bilgi verdiği bu bölümde Bâbü, Türk adetince "yüz açma" merasiminden de bahseder. Hanzade Begim ve Ahmed Mirza'nın evlendiği tarihte Bâbü henüz beş yaşındadır ve yüz örtüsü açılmamış olan Hanzade Begim'in yüzünü Bâbü'e açtırırlar.

Sultan Ahmed Mirza'dan sonra bir diğer amcası Sultan Mahmud Mirza hakkında bilgi veren Bâbü, Ahmed Mirza'nın vefatından sonra Sultan Mahmud Mirza'nın Semerkand tahtına nasıl oturduğunu ve yaptığı zulümleri tarif eder. Mahmud Mirza'nın zulümlerinin yanında ona bağlı adamları da halka zulmetmektedir, bu zulümlerden biri de kadınlara yönelik olduğu için burada yer vermenin gerekli olduğunu düşünürüz:

Kendi zalim ve fasık olduğu gibi beyleri ve adamları da zalim ve fasıktı. Hisar halkı, özellikle de Hüsrev Şah'a mensup olanlar, daima içmekle ve zinayla meşgul olmaktadır. O derece ki bir gün Hüsrev Şah'ın adamlarından biri, adamın birinin karısını alıp götürmüş ve kadının kocası Hüsrev Şah'a gelip şikâyet ederek adalet istemiş. Hüsrev Şah ona şu cevabı vermiş: "Kaç senedir bu kadın seninle beraberdi, birkaç gün de onunla beraber olsun (Bâbü'nâme, 24a).

Bâbü, Sultan Mahmud Mirza'nın soyunu, fiziki özelliklerini, ahlak ve tavrını, vuruşlarını ve topraklarını anlattıktan sonra Mirza'nın çocukları ve kadınları hakkında bilgi verir. Bâbü'ün isimlerini andığı kadınlar şöyledir: Mahmud Mirza'nın en büyük oğlunun annesi Mir Büzürg Termizi'nin kızıdır, Baysungur Mirza'nın annesi Peşe Begim, Sultan Ali Mirza'nın annesi Zühre Begi Ağa adlı Özbek bir odalık, Sultan Süleyman Mirza'nın annesi Mir Büzürg'ün torunu Hanzade Begim, Sultan Veys Mirza'nın annesi Sultan Nigâr Hanım (Yunus Han'ın kızı, Bâbü'ün teyzesi) (Bâbü'nâme, 27b). Mirza'nın dördüncü kızı Ay Begim'dir ve onu Cihangir Mirza'yla nişanlamıştır. Bu nişanın arka planında ise daha evvel örneklerini verdiklerimize benzer bir şekilde askerî ve siyasi destek arayışı yatar:

Dördüncü kızı Ay Begim'di. Sultan Hüseyin Mirza Kunduz üzerine geldiğinde Ömer Şeyh Mirza'nın da yardım için Endican askeriyle birlikte oğlu Cihangir Mirza'yı gönderdiği zaman Cihangir Mirza'yla nişanlanmıştı (Bâbürnâme, 27b).

Bâbü'r'ün amcası Mahmud Mirza'nın beşinci kızı Zeynep Sultan'dır. Zeynep Sultan, Bâbü'r'ün zevcelerinden biridir. Bâbü'r, hatıratında samimi ve açık bir dille Zeynep Sultan'la aralarındaki ilişkiyi ve evlenme şekillerini anlatır. Buna göre, Bâbü'r'ün Zeynep Sultan'la evlenmesinde annesi Kutluk Nigâr Hanım'ın ısrarı etkili olmuştur. Annesinin ısrarıyla yaptığı bu evlilik ne yazık ki Bâbü'r'e mutluluk getirmemiştir. Zeynep Sultan'la iyi geçinemediklerinden bahseden Bâbü'r, birkaç yıl sonra Zeynep Sultan'ın çiçek hastalığından vefat ettiğini not etmiştir. (Bâbürnâme, 27b)

Mahmud Mirza'nın bir diğer kızı Mahdume Sultan Begim'dir ve Sultan Ali Mirza ile anne baba bir kardeştir. Bu saydıklarından başka Mahmud Mirza'nın cariyelerinden de iki kız olmuştur: Recep Sultan ve Muhib Sultan.

Mahmud Mirza'nın büyük karısı yukarıda da bahsedildiği gibi Mir Büzürg Termizî'nin kızı Hanzade Begim'dir. Bâbü'r, amcasının onu pek çok sevdiğini ve öldüğü zaman çok matem tuttuğunu söylemiştir. İlginçtir ki Hanzade Begim'in vefatının ardından onun erkek kardeşinin kızını kendisine almıştır. Mir Büzürg Sultan'ın torunu ve Hanzade Begim'in yeğeni olan bu kadının adı da Hanzade Begim'dir. Bu Hanzade Begim'den de beş kızı ve bir oğlu olmuştur (Bâbürnâme, 28a). Bunların dışında Mahmud Mirza'nın epeyce odalık ve cariyesinin olduğunu belirten Bâbü'r, bunların içinde en itibarlısının Mahmud Mirza'nın Sultan Ebu Said Mirza henüz hayattayken ve kendisi de gençken aldığı Zühre Begi Ağa olduğunu ve bu kişiden de bir oğul ve bir kızı olduğunu not eder (Bâbürnâme, 28a-28b).

Bâbü'r'ün hatıratında ailesi, kadınları, kızları ve cariyelerinden bahsettiği bir diğer isim Sultan Hüseyin Mirza'dır. Sultan Hüseyin Mirza'nın annesi, Timur Bey'in torunu olan Firuze Begim'dir. Sultan Hüseyin Mirza'nın Miranşah Mirza'nın da torunu olduğu ekleyen Bâbü'r, onun soylu ve kerim bir padişah olduğunu belirtir. Hüseyin Mirza'nın öz olarak iki kız kardeşi vardır ve bu kızlardan Büdeke Begim Ahmed Han'la, Eke Begim ise Miranşah Mirza'nın torunu olan Sultan Ahmed Mirza ile evlidir (Bâbürnâme, 163a-163b).

Sultan Hüseyin Mirza'nın çocuklarını ve çocuklarının annelerini anlatmaya devam eden Bâbü'r, onlarla ilgili hatıratında şu bilgilere yer verir:

Mirza'nın oğullarından üçünün annesi Özbek bir cariyeye olan Mingli Bi Ağaça'dır. Bir başka oğlu Haydar Mirza'nın annesi ise Sultan Ebu Said Mirza'nın kızı Payende Sultan Begim'dir. Bu oğluna Hisar'ı kuşattığı vakitte Sultan

Mahmud Mirza'nın Hanzade Begim'den olan kızını almış, bu sayede sağlanan sulh ile Hisar'ı kuşatmaktan vazgeçmiştir. Haydar Mirza'nın ise hayatta kalan tek çocuğu Şad Begim olup Adil Sultan'la evlendirilmiştir.

Hüseyin Mirza'nın diğer beş mirzasının annesi ise yine cariyelerden olan Papa Ağaça'dır. Hüseyin Mirza'nın kızlarının en büyüğü Sultanım Begim'dir ve onun da annesi Azak beylerinin kızı Çöli Begim'dir. Sultanım Begim için Bâbürlü ilginç betimlemeler yapmış, onun çok söz bildiğini ve serbestçe konuştuğunu belirtmiştir. Sultanım Begim amcasının ortanca oğlu ile evlendirmiştir (Bâbürlü, 168a) Kabil'den Hindistan'a torunuyla birlikte seyahat etmekteyken vefat eden Sultanım Begim'in kemikleri (naaşı) adamları tarafından alınıp Kabil'e götürülmüştür (Bâbürlü, 168a).

Hüseyin Mirza'nın bir diğer kızı Payende Sultan'dan doğma Ak Begim'dir. Bâbürlü'nün kız kardeşi Bike Begim'in torunu ile evlendirilmiştir. Yine Payende Sultan'dan doğma bir diğer kızı Kçük Begim'dir. Burada dikkat çeken bir bilgi aktaran Bâbürlü, Sultan Mes'ud Mirza'nın Kçük Begim'i almaya istekli olduğunu söyler. Ancak ne var ki Kçük Begim'in annesi Payende Sultan buna yanaşmaz ve kızını vermez. Bâbürlü, Payende Sultan'ın bu tasarrufunu "dar fikirlilik" olarak yorumlar (Bâbürlü, 168a). Kız alıp verme örneklerinde ilk kez bir annenin rolüne işaret etmesi açısından bu satırlar önemlidir. Kız alıp vermenin siyasi bir araca dönüştüğü bu zamanda, "anne"den çıkmayan izin ile engellenen bir evlilik, "kadının siyasette rol alması" olarak değerlendirilebilir.

Mirza'nın diğer iki kızı Bike Begim ve Ağa Begim'dir. Mirza bu kızlarını, kendi kız kardeşi Rabia Sultan'ın iki oğlu Bâbürlü Mirza ve Sultan Murad Mirza ile evlendirmiştir (Bâbürlü, 168b).

Mirza'nın Mingli bi Ağaça'dan da iki kız olmuştur; Bayram Sultan ve Fatıma Sultan. Bu iki kız da soylu kimselerle (Baykara Mirza'nın torunu Seyid Abdullah Mirza ve Timur Bey neslinden Yedigâr Mirza) evlendirilmiştir (Bâbürlü, 168b).

Mirza'nın Papa Ağaça'dan ise üç kızı olur: Sultan Nejad Begim, Begim Sultan ve adını geçirmedığı, yalnızca Endehud seyidlerinden Seyid Mirza ile evlendiğini belirttiği üçüncü kızı. Sultan Nejad Begim, amcasının oğlu İskender Mirza ile evlendirilmiştir. İkinci kızı Begim Sultan ise Mes'ud Mirza'ya verilir. Burada Bâbürlü, bu ikilinin evlendiği tarih olarak Mes'ud Mirza'nın gözünü kaybetmesinden sonraki bir zamana işaret eder. Bu evlilikle ilgili birkaç ayrıntıyla yer veren Bâbürlü, Begim Sultan'ın Mes'ud Mirza'dan olma kızını babasının hanımlarından Apak Begim'in büyüttüğünü söyler. Begim Sultan kocası Mes'ud Mirza'nın Özbekler tarafından öldürülmesinden sonra oğluyla birlikte Kâbe'ye gider. Bâbürlü'nün bu satırları kaleme aldığı tarihlerde ise Begim Sultan ve oğlunun Mekke'de oldukları haberi gelir (Bâbürlü, 168b).

Bâbü'r'ün hatıratında Hüseyin Mirza'nın kızlarıyla ilgili not ettiği son bilgiler mirzanın cariyesinden doğan Ayşe Sultan'la ilgilidir. Ayşe Sultan'ın annesi Hasan Şeyh Timur'un torunu olan Zübeyde Ağaça'dır. Ayşe Sultan Kâsım Sultan'a verilmiş, Kâsım Sultan'dan sonra da onun akrabalarından biri olan Boran Sultan Ayşe Sultan'ı almıştır (Bâbü'rname, 168b).

Bâbü'r, Sultan Hüseyin Mirza'nın kadınlarının ve kızlarının anlatıldığı bu bölümde dikkat çeken bir ayrıntı verir. Mirza'nın ters tabiatlı bir kadından bahseden Bâbü'r, kadının ters tabiatlı oluşunun bir erkek için ne denli zor olduğunu *Bostan ve Gülistan*'dan alıntılattığı beyitlerle açıklamaya çalışır. Sultan Hüseyin Mirza'nın ilk kadını olan bu sert tabiatlı kişi Sencer Mirza Mervî'nin kızı Bike Sultan Begim'dir. Bâbü'r, ondan bahsederken mizacının tersliğine vurgu yapar ve Sultan Hüseyin Mirza'nın bu kadından çok çektiğini söyler. Nihayetinde Mirza, bu kadını bırakır ve böylece ondan kurtulmuş olur. Bâbü'r'e göre Hak da bu davranışında Mirza'nın yanındadır, nitekim “iyi erkeğin evindeki kötü kadın, o erkeğin bu dünyadaki cehennemidir”. Bâbü'r, Bike Sultan Begim'le ilgili satırlarını bir dua ile noktalar: “Allah hiçbir Müslümanı bu belaya atmasın. Yarabbi, kötü huylu ve ters tabiatlı kadın yeryüzünde kalmasın.” (Bâbü'rname, 169a)

Bâbü'r'ün hatıratı boyunca kadınlara karşı saygılı, vefalı ve merhametli olduğu görülür, ancak Bâbü'r iki yerde kadınlarla ilgili olumsuz fikir beyan eder. Bunlardan biri yukarıda paylaştığımız “zorba” olarak tanımladığı ve ölümüyle birlikte Sultan Ahmed Mirza'nın “kötü adlılıktan” kurtulduğunu belirttiği Kutluk Begim; diğeri ise şimdi okuduğumuz Bike Sultan Begim'dir. Bâbü'r'ün Bike Sultan Begim için kullandığı “onu bıraktı ve ondan kurtuldu” ifadeleri için Arat şöyle bir not düşer: “O dönemde eşleri yaşlanınca ya da saygınlığını yitirince odalıkların arasına gönderilir, yani konumu düşürülürdü (Arat, 2006, s.339).” Görülen o ki Bike Sultan, tabiatının tersliği neticesinde Hüseyin Mirza tarafından odalıkların arasına gönderilmiş, böylece Mirza, “saygınlığını yitiren” Bike Sultan Begim'den “kurtulmuştur”.

Sultan Hüseyin Mirza'nın kadın ve cariyelerinden bir diğeri Sultanım Begim'in annesi Çöli Begim'dir. Çöli Begim, Azak beylerinin kızıdır. Bir başka kadını ise Sultan Ebu Said Mirza'nın (Bâbü'r'ün dedesi) kızı Şehr Bânû Begim'dir. Mirza onu tahta çıktıktan sonra alır. Burada oldukça ilginç bir bilgi aktaran Bâbü'r, dönemin kadın karakterlerine dair dikkat çekici bir tavrı not etmiş olur. Çikmen muhaberesi esnasında Şehr Bânû Begim, küçük kardeşine olan güveninden dolayı Mirza'nın diğer kadınlarının aksine mahfeden çıkmaz ve ata binmez. Bânû Begim'in bu davranışı Mirza'nın kulağına gider. Bânû Begim'in bu “karşı gelişini” hoş karşılamayan Mirza, onu bırakır ve Bânû Begim'in küçük kardeşi Payende Sultan Begim'i kendisine alır (Bâbü'rname, 169a).

Bâbü’ün hakkında bilgi verdiği bir diğer kadın Hatice Begim’dir, onunla ilgili söylediklerine yukarıda “Siyasi ve Askerî Güç İçin Kullanılan Kadınlar ve Kadının Siyasetteki Etkisi” başlığı altında yer verdiğimiz için Hatice Begim’den tekrar bahsetmiyoruz. Hatice Begim’le birlikte Bâbü’ün Sultan Hüseyin Mirza’nın çocukları, kadınları ve cariyelerini anlattığı bölüm sona erer.

Bâbü’ün “Kadınları” ve Bâbü’le Evlilikleri

Aşağıda Bâbü’ün evliliklerine dair verdiği bilgilere yer vereceğiz. Burada dikkat çeken ilk ayrıntı Bâbü’ün ilk evliliğinin kendisi henüz beş yaşındayken ailelerin kararıyla nişanlandığı amcasının kızı Ayşe Begim’le gerçekleşmesidir (Bâbü’nâme, 20a). Bâbü, bu evliliğinden bir kızı olduğunu, adını Fahrünnisa koyduklarını ve bu kız çocuğunun kendisinin ilk çocuğu olduğunu belirtir. Bâbü, ilk kez baba olduğunda henüz on dokuz yaşındadır. Ancak ne var ki bir ay- kırk gün içerisinde çocuk hayatını kaybetmiştir (Bâbü’nâme, 86b). Burada dikkat çeken ikinci ayrıntı, Ayşe Begim’le evliliğinin sona ermesinin müsebbibi olarak Ayşe Begim’in ablasını görmesidir (Bâbü’nâme, 20a). Bâbü, Ayşe Begim’e kırgın mıdır, bu satırlardan tespit etmek güç; ancak ona karşı kötü herhangi bir söz söylemediği gibi hislerini ifade eden, sevgisinden veya özleminden bahseden bir ifadeye de yer vermemiştir.

Bâbü, ilerleyen sayfalarda Ayşe Sultan Begim’le ilgili birkaç ayrıntıya daha yer verir. Bâbü, evliliğinin ilk zamanlarında Ayşe Sultan’la arasının fena olmadığını ancak ilk kez evleniyor olmanın verdiği toylukla “haya ve hicap” duyduğunu, bu duygularından ötürü eşini on on beş günde bir ziyaret ettiğini, zamanla azalan sevgisi ve artan utancı sebebiyle ziyaretlerinin sıklığının daha da azaldığını belirtir. Bu satırlardan öğrendiğimize göre Bâbü, kendi iradesinin dışında gerçekleşen bu evlilikte mutluluğu bulamamış, başlarda yaşının verdiği toylukla utanarak eşine giderken, bir zaman sonra annesinin uyarılarıyla eşyle bir araya gelir olmuştur. (Bâbü’nâme, 75b).

Bâbü’ün bir diğer evliliği yine amca kızlarından olan Ma’sume Sultan Begim’ledir. Bâbü’ün bu evliliği ilk evliliğinden oldukça farklıdır. Bâbü, Ma’sume Sultan Begim’den bahsederken onu gördüğünde ondan hoşlandığını söylemekten çekinmemiştir. Ma’sume Sultan Begim’i Horasan’a gittiği vakit gören Bâbü, ondan hoşlanmış ve Ma’sume’yi kendisi için istetmiştir. Daha sonra Kabil’e getirttiği Ma’sume Sultan ile burada evlenmiştir. Bâbü’ün Ma’sume Sultan’dan bir kızı olur, ancak doğum esnasında Ma’sume Sultan ölür. Belli ki Bâbü bu elim hadiseden etkilenmiştir. Doğan kıza, doğum esnasında ölen annesinin adı verilir (Bâbü’nâme, 20a). Bâbü, hatıratının ilerleyen sayfalarında amcasının kızı Ma’sume Sultan’a dair hisleri ve onun kendisinin kadını olması için neler yaptığını ayrıntılı olarak anlatır:

“Sultan Ahmed Mirza’nın kızı Ma’sume Sultan Begim’i, annesi Habibe Sultan Begim bu duraklamalardan biraz önce kendisiyle birlikte Horasan’a getirmişmiş. Bir gün ben ekemi görmeye gittiğimde, annesiyle gelip beni gördü. Onu gördüğümde bende ona karşı büyük bir arzu uyandı. Gizlice adamlar gönderip ekem ve yengemle -Payende Sultan Begim’e eke ve Habibe Sultan Begim’e yenge derdim- konuşarak yengemin kızını yanına alıp benim arkamdan Kâbil’e gelmesini kararlaştırdık.” (Arat, 2005, 370)

“Daha önce bahsettiğim gibi, yenge diye hitap ettiğim Habibe Sultan Begim, Herat’ta kararlaştırdığımız gibi, kızı Ma’sume Sultan Begim ile birlikte geldi, Gazne’de buluştuk.” (Arat, 2005, 394)

“Sultan Ahmed Mirza’nın kızı Ma’sume Sultan Begim’i Horasan’dan istetip getirtmiştim. Bu defa Kabil’e döndüğümüzde nikah kıydım.” (Arat, 2005, 401)

Bâbü’ün eşlerinden bahsederken burada Mâhim Begim’den de bahsetmek yerinde olacaktır. Bâbü, Ayşe Sultan ile olan ilk evliliğinde ne kadar mutluluğu bulamamışsa da sevgi dolu hislerini söylemekten çekinmediği, oğlu Hümayun’un annesi Mâhim Begim’e karşı duygularını da hatıratının satır aralarına işlemiştir. Bâbü, Hindistan’da sükûneti sağlayınca hemen sevgili karısı Mâhim’i Kabil’den getirtir. Mâhim Begim’in kendisine gelişini adım adım anlatan Bâbü, sevgiliye kavuşacak olmanın heyecanı içindedir. Mâhim, Bâbü’e yaklaştıkça heyecanı artar, sevgiliye kavuşacak olmanın mutluluğu Bâbü’ün kaleminden satırlarına yansır:

“Ertesi Salı günü, ayın altısında Karaça’nın Hindistanlı bir kölesi, Mâhim Begim’in Karaça’ya yazdığı fermanı getirdi; Mâhim geliyormuş. Benim evvelce kendi elimle yazdığım üslupta pervane yazıp Lâhûr, Bihre ve o civardakileri kılavuz olarak istemiş. Bu fermanı cemaziyülevvel ayının yedisinde Kabil’den yazmıştır.” (Arat, 2005, 591)

“Perşembe günü Şeyh Cemal de vaat fermanları ve inayet sözleriyle Dûdû ile oğlu Celâl Han’a gönderildi. O gün Mâhim Begim’in adamı geldi; Bağ-ı Safa’nın öte tarafındaki sırttan ayrılmış. Mektuplar getirdi.” (Arat, 2005, 598)

“Pazar gecesi, iki pâs olmuştu ki Mâhim Begim geldi. Biz cemaziyülevvel ayının onunda sefere çıkmıştık. Garip bir tesadüf eseri, o da aynı günde Kabil’den hareket etmiş. Perşembe günü, zilkade ayının ilk gününde büyük divanhanede bir divan toplantısında Hümeyun ile Mâhim’in hediyelerini getirdiler.” (Arat, 2005, 611)

İktidar Mücadeleleri Hattında Kadın ve Kadının Ölümü

Bâbü, hatıratında sevdiği, değer verdiği kişilerin ölümlerini de samimi bir şekilde dile getirmiştir. Bâbü'nün annesi yaşadıkları coğrafyanın iflah olmaz hastalığı, sıtmaya tutulur. Tedaviler tesir etmez ve kısa bir süre içerisinde Bâbü annesini kaybeder. Annesinin naaşı Uluğ Bey'in dağ eteğinde yaptırdığı Bağ-ı Nevruzî adlı bahçeye defnedilir. Bu vefattan kısa bir süre sonra, daha annesinin matemi bitmemişken, kudretli varlığının tesirlerini birçok defa Bâbü'nün satırlarından okuduğumuz Bâbü'nün büyükannesi İsen Devlet Begim de hakkın rahmetine kavuşur. Bâbü, peş peşe yaşadığı kayıpları "ayrılık ateşi sonsuz oldu" şeklinde tarif eder (Bâbü'nâme, 156b-157a).

İktidar mücadeleleri, el değiştiren yönetimler, savaşlar, galibiyetler ve mağlubiyetler ekseninde birbirinden ayrı kalan, birbirinden habersiz kalan aile bireylerinin resmedildiği aşağıdaki satırlar yaşanan şartların aile fertleri üzerindeki etkisini göstermesi açısından değerlidir:

"Annem Hanım'ın küçük kız kardeşi Hûb Nigâr Hanım fani dünyaya veda etmiş. Bunu bana ve Hanım'a Ura Tepe'de haber verdiler. Babamın annesi de Endican'da vefat etmiş, bunu da burada söylediler. Hanım, han dayımın vefatından beri annesini, küçük erkek ve kız kardeşleri olan Şah Begim, Sultan Mahmud Han, Sultan Nigâr Hanım ve Devlet Sultan Hanım'ları görmemişti ve ayrılalı on üç on dört sene olmuştu. Onları görmek için Taşkend'e gitti.

Eşyaları Dihket'te bırakıp birkaç gün sonra Şah Begim'i, Han dayımı ve diğer akrabalarımı görmek için ben de Taşkend'e hareket ettim. Gidip Şah Begim ve Han dayımla görüşerek birkaç gün orada kaldım. Annemin öz ablası Mihr Nigâr Hanım da Semerkand'dan geldi. Annem Hanım hastalandı, çok ağır bir hastalığı ve çok büyük bir tehlike attı." (Arat, 2005, 242-243)

Bâbü'nün Aile Efradından Kadınlara Karşı Yaklaşımı

Bâbü'nün kadın ve çocuklara karşı merhameti hatıratının birkaç yerinde açıkça görülür. Bununla birlikte aile büyükleri olan kadınlara, büyükannesine, yenge, teyze ve halalarına karşı da saygıda kusur etmeyen Bâbü, onları her zaman uygun şekilde karşılar, ağırlar veya onlara yakın yerlerden geçiyor ise muhakkak onları ziyaret eder.

Bunlardan biri Bâbü'nün halaları Fahricihan Begim ve Hatice Sultan Begim'i İskenderâbâd'ın biraz yukarısında karşılaması ve ihtiyaçlarını sağlamasıdır (Bâbü'nâme, 331b). Güvâlyar'ı gezdikten sonra Kâbil'e geçecek olan halalarına bir süre eşlik eden Bâbü, halalarının gönüllerini hoş tutar, her türlü ihtiyaçlarına

karşılık verir ve güzel temenniler ile onları yolcular (Bâbürnâme, 339a) Ancak ne var ki Hatice Sultan Begim, bazı sebeplerden dolayı Fahricihan Begim ile hareket edemez ve Agra’da kalır. Bu durumdan haberdar olan Bâbür, Agra’ya gelmişken halasını ziyaret etmeyi ihmal etmez ve halasını görüp gönlünü hoş ettikten sonra yoluna devam eder (Bâbürnâme, 339b). Bir başka örnek ise Bâbür’ün gezintiye çıkmış büyük halaları Güherşâd Begim, Bediülcemâl Begim, Ak Begim ve küçük begimlerden Hanzâde Begim ile Zeynep Sultan Begim’in torununu gidip görmesidir.

Bâbür’ün “kargaşalık” olarak belirttiği çatışmalar zamanında Harezmi’ye giden Sultan Hüseyin Mirza’nın büyük kızı ve Muhammed Sultan Mirza’nın annesi Sultanım Begim Kâbil’e geldiği zaman Bâbür, “abla oldukları” için onlara saygı gösterip hürmetle eğildiğini anlatmıştır. Bâbür’ün bu davranışına karşılık onlar (Sultanım Begim ve kızı) da hürmetle eğilmişler, orta yerde buluşup görüşmüşler ve sonrasında da daima bu usule göre hareket etmişlerdir (Bâbürnâme, 235a).

Aşağıda yer alan satırlara, Sultan Hüseyin Mirza’nın vefatının ardından Bâbür’ün aile üyelerinden olan kadınlarla olan görüşmesini ve onlara nasıl davrandığını gösterdiği için yer veriyoruz:

“Bütün begimler (hanımlar), Payende Sultan Begim, benim halam Hatice Begim, Apak Begim ve Sultan Ebû Said Mirza’nın kızları olan diğer hala kızlarımın hepsi Sultan Hüseyin Mirza’nın medresesinde toplandılar. Bütün hanımlar Mirza’nın makberindeydiler; gidip onları gördüm. Önce Payende Sultan Begim ile saygıyla eğilerek görüştüm. Ondan sonra Apak Begim ile eğilmeden görüştüm. Sonra Hatice Begim ile saygıyla eğilerek görüştüm. Bir süre orada oturduk ve hafızlar Kuran okuduktan sonra Hatice Begim’in çadırını kurdukları güney tarafındaki medreseye gittik. Hatice Begim tarafından yemek verildi. Yemekten sonra Payende Sultan Begim’in evine gittim. O gece orada kaldım.” (Arat, 2005, 365)

Bâbür’ün aile efradından kadınlara karşı saygısı ve merhameti yalnız kadınların şahıslarına değil onların soyundan gelenlere karşı da devam eder. Bunun bir örneği olarak boynundan bağlanmış olarak Bâbür’ün yanına getirilen Sultan Sencer Barlas’a karşı tavrıdır. Bâbür, Sultan Sencer’e vaktiyle Nigenhar tümenini ihsan etmiş, ancak o Bâbür’ün bu ihsanına karşılık ona karşı olanlarla “iş tutmuş” ve “fitnenin ortaklarından” olmuştur. Bağlı haldeki Sultan Sencer, durumuna isyan edip “Benim ne günahım var” diye bağırırken, Bâbür, onun geçmişteki bu hatalarına rağmen, Han dayısının annesi Şah Begim’in yeğeni olduğu için onu affetmiş, boynundaki bağın çözülmesini emretmiştir. (Bâbürnâme, 199b)

Bâbü, aile efradından kadınlara karşı o derece hürmetlidir ki onlardan gördüğü açık zarar ve ihanete rağmen onları cezalandırmaya gönlü el vermez. Bununla birlikte hissettiği kırgınlığı ve yapılanlar karşısında duyduğu üzüntüyü de hatıratında samimi sözlerle dile getirmekten geri durmaz:

“Bu bağ-ı Behişt’in yanında Şah Begim ile (Mihr Nigâr) Hanım çadırlar kurup oturmuşlardı. Bahçeden çıkıp Şah Begim ile Hanım’ı görmeye gittim. Şah Begim ile Hanım aynı evde oturuyorlardı. Eskisi gibi, attan inerek yaya olarak gidip hürmet ve saygıyla görüştüm. Şah Begim ile Hanım fevkaledede sıkıntılı, müteessir, başları eğik ve mahcup bir vaziyettedirler. Ne makul bir özür söyleyebiliyor ne de müşfikane bir hatır sorma yolunu seçebiliyorlardı. Onların böyle bir cemaatle iş birliği yapmış olmalarını düşünmek istemiyordum; fakat ötekiler de Begim ile Hanım’ın sözünden çıkacak adamlar değillerdi. Mirza Han, Şah Begim’in öz torunuydu ve gece gündüz onun yanında bulunuyordu. Onların fikrine katılmak istemeseydi, Mirza Han’ı bırakmayıp kendilerinin yanında alıkoyabilirdi.

Kaç defa zamanın uygunsuzluğu ve dönemin aksiliği yüzünden taht ve mülkten, asker ve adamlardan ayrılıp onların yanına gitmiştim. Annem de onlara gitmişti; fakat hiçbir itibar ve şefkat görmemiştik. Benim küçük kardeşim Mirza Han’ın ve annesi Sultan Nigâr Hanım’ın zengin ve mamur vilayetleri vardı. Ben ve annemse, vilayet bir tarafa dursun, bir köy ve birkaç koğuş sahibi bile olamamıştık. Annem Yunus Han’ın kızı ve ben de onun torunu değil miydim? O aileden benim yanıma gelen herkese, elimden geldiği kadar kardeşlik ve insanlık görevlerimi yerine getirmiştim. Nitekim Şah Begim geldiğinde Kabil’in en iyi yerlerinden Pamgan’ı ona verdim, her türlü oğulluk ve hizmette kusur göstermedim.” (Arat, 2005, 384)

Yukarıda geçen satırlarda okunabileceği gibi Bâbü, tüm samimiyetiyle aile efradından, akrabalarından göremediği vefayı, onların sağlamadığı emniyeti anlatmaktadır. Bununla birlikte kendisi hiçbir zaman onlara karşı saygısızlık etmemiş, onlar için yapılması gereken herhangi bir şey olduğunda elinden geleni yapmıştır. Ancak ne var ki kendisi de Yunus Han’ın soyundan gelmesine rağmen ona bu itibar ve merhamet gösterilmemiştir. Yukarıdaki satırlarda dikkat çeken bir ayrıntı da “ötekiler de Begim ile Hanım’ın sözünden çıkacak adamlar değillerdi” ifadesinde gizlidir. Kadının daha önce siyasi ilişkiler kurma, askerî olaylarda barış sağlama gibi durumlardaki rollerine değinmiştik. Burada bizzat Bâbü’ün ağzından kadının siyasette etkin rol oynayabildiğini de okuyoruz.

Bâbürnâme’de birçok defa Bâbür hediye dağıtırken görülür ve bunu yaparken kadın ve çocukları da gözetir (Bâbürnâme, 352b/ 357b).

Bâbür’ün aile efradı içerisinde görülen “sahip çıkma”, “büyütme”, “evlat edinme” konularına da Bâbürnâme’de rastlanır. Bu mevzuda annenin rızası alınıyor muydu, net bir şekilde belirtilmemiş, ancak aşağıda yer vereceğimiz satırlarda “annesinden zorla alınan” Hindal’ın hikayesini okuyacağız. Hem Bâbür’ün kadınlarından olan Mahim Begim hem Bâbür’ün annesi o esnada gebe olan Dildar Ağaça’nın çocuğunu büyütmek için isterler. Bâbür, annesinin bu teklifini reddetmez. Ancak burada dikkat çeken bir ayrıntı, alınan bu kararın, yeni doğum yapmış anneye zorla uygulanmasıdır. Benzer bir evlat edinme/ büyütmek vakasına yukarıda da değinmiştik: Bâbür’ün büyükannesi İsen Devlet Begim, doğumu babasının vefatından sonra gerçekleşen Yâdigar Sultan’ı alıp büyütmişti.

“Fala baktılar ve erkek çıktı. Müjde olduğu için hemen bir mektup yazıp gönderdik. Birkaç gün sonra Allah bir erkek çocuk ihsan etti. Mektup almadan üç gün evvel, çocuk dünyaya gelir gelmez onu zorla annesinin yanından alarak evimize getirip muhafaza etmişler. Doğum haberini gönderdiler. Bu haber Bihre alındığında geldi ve bunu uğur saydık. Adını Hindal koydular. Bu suretle o benim hem küçük kardeşim hem de oğlum oluyor.” (Arat, 2005, 412)

Sonuç

Bâbürnâme, Çağatay Türkçesiyle yazılmış, önemli bir dil yadigarıdır. *Bâbürnâme*’yi kaleme alan kişinin devlet kurucu bir hükümdar olması onun içeriğini daha da değerli hale getirir. Dönemin sosyal hayat anlayışı, aile içi ilişkileri, kadının aile, toplum ve siyasetteki yeri gibi birçok ayrıntıya *Bâbürnâme* üzerinden ulaşmak mümkündür.

- Bâbür, hatıratında yalnız dönemin erkek karakterlerine değil, aynı zamanda kadın karakterlerine de yer vermiştir. Kadınlardan bahsettiği bölümler erkek karakterlerinki kadar tafsilatlı olmasa da kadınların soyları, evlilikleri, sahip oldukları çocukları, değişen siyasi şartlar altında yaşadıkları değişimler, bazı siyasi kararlar üzerindeki etkileri gibi birçok bilgi Bâbür tarafından not edilmiştir.
- Bâbür’ün kadınlara karşı merhametli, özellikle aile efradından kadın bireylere karşı hürmetli olduğu görülür. Kadın esirler karşısında Bâbür, dönemin teamüllerinin dışına çıkmış, kadınların ailelerinin yanına dönmelerine müsaade etmiştir.

- Kadınlar, siyasi ilişkilerin güçlendirilmesinde özellikle “kız alıp verme” ekseninde rol oynamıştır. Kurulan evliliklerin siyasi ilişkilerin geliştirilmesinde önemli bir unsur olduğu görülmüştür. Bizzat Bâbü’ün ilk evliliği de bu şekilde değerlendirilebilir.
- Bâbü’ün hatıratında duyguların etkili olduğu evlilikler de görülür. Bâbü’ün Ma’sume Sultan ve Mâhim Begim’le olan evliliği bu şekildedir. Bâbü, özellikle Mâhim Begim’e olan sevgisini satırlarına ilmek ilmek işlemiştir.
- Bâbü’nâme’de aktarılanlardan yola çıkarak söylenebilir ki kadınlar, hükümdarların çatışmalarının ortasında, evlilikleri “kazanan-kaybeden”e göre değişen, barış antlaşmalarında “hediye” olarak sunulan bir yere sahiptir.

Sosyolojik okumalar için tarihî ve resmî kayıtlar kadar, dil yadigarlarının da değerli birer hazine olduğu şüphesizdir. Bu çalışma ile aktarmaya çalıştığımız, 16. yüzyıl Çağatay Türkçesi dil yadigarlarından *Bâbü’nâme*’nin sunduğu veriler ışığında dönemin kadın karakterlerine; tarihî, siyasi ve askerî olaylar neticesinde şekillenen hayatlarına dair birinci ağızdan bilgilerin farklı disiplinler için de faydalı olmasını ümit ederiz.

Kaynakça

- Akgül, S. (2020). Bâbürnâme'nin Haydarâbâd Nüshasının Transkripsiyonu ve Söz Dizimi İncelemesi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akün, Ö. F. (1991). Bâbürnâme, İstanbul: TDV İslâm Ansiklopedisi, C. 4, s. 404-408.
- Arat, R. R. (2005). *Baburname*. İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Gölen, Z. (2016). Babur Devlet Siyasetinde Kadınların Rolü. Samsun: Canik Belediyesi Kültür Yayınları. s. 339.
- Gömeç, S. (1997). Kagan ve Katun. Ankara: DTCF Tarih Araştırmaları Dergisi, C. 1, s. 81.
- Grenard, F. (1971). *Babur*. İstanbul: Millî Eğitim Basımevi, Devlet Kitapları.
- Konukçu, Enver. (1990). Babür, İstanbul: TDV İslâm Ansiklopedisi, C. 4, s. 396-400
- Üçok, B. (2011). *İslam Devletlerinde Türk Naibeler ve Kadın Hükümdarlar*, İstanbul: Bilge Kültür Sanat Yayınevi.

25. Bölüm

1980-2000 Sürecinde Finansal Raporlamada Uluslararası Farklılıkların Nedenleri

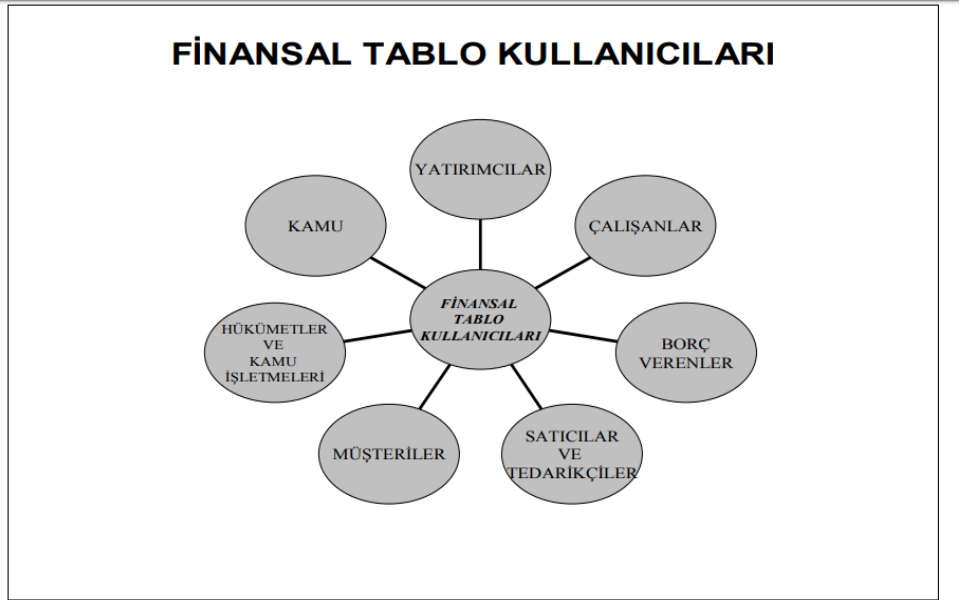
Zekeriya Emre ERKAL¹

¹ Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi İşletme Bölümü Muhasebe Anabilim Dalı
zermal@istanbul.edu.tr, Orcid number: 0000-0003-0132-3146

Giriş

Sağlam bir muhasebe kayıt sistemi, kar ve zarar tabloları, bilançolar ve diğer bilgi türleri gibi çeşitli iş belgelerinin tam olarak erişilebilir olmasını sağlar. Bu kayıtlar, doğru mali tabloların hazırlanması için son derece faydalı olmaktadır.

Mali tablolar, finansman faaliyetlerini, yatırım faaliyetlerini ve operasyonel faaliyetleri değerlendirmek için bir teşhis aracı ve yönetim kararları ve diğer iş kararları için bir değerlendirme aracıdır. Finansal tabloların analizi, sırasıyla finansal raporların analizi, yöneticiler, hissedarlar, yatırımcılar, devlet ve diğer tüm ilgili taraflar tarafından şirketin durumuyla ilgili olarak kullanılmaktadır. Yöneticiler, şirketin finansal durumunu görmek ve daha sonra hissedarlara bilgi vermek için şirkete yapılan yatırımların ne kadar makul olduğunu görmek için finansal raporlar kullanır. Potansiyel yatırımcılar için, şirketin mali tablolarının analizi çok önemlidir. Yatırım öncesi ilk olarak şirketin gerçek durumunu bilmek ve daha sonra da yatırım yapıp yapmayacağına karar vermek istediklerinden önemlilik arz etmektedir (Hasanaj, Kuqi, 2019; 17). Mali tablo kullanıcıları oldukça geniş dağılımlıdır. Mali tablolardan; yatırımcılar, kamu, çalışanlar, müşteriler, fon sağlayıcılar, satıcı ve tedarikçileri de kapsayan bir kullanıcı gurubu tarafından yararlanılmaktadır. Bu sebeple saklanması ve korunması da önemlidir.



Yukarıda görüldüğü gibi mali tablo analizinde, kullanıcıların bu konuda değerlendirme yapmaları için şirketin tüm bilgilerinin detaylı ele almaları

gerekmektedir. Mali tablolar amaçlarına uygun olarak net bilgi sunulması bakımından önemlidir.

Finansal analizin amacı varlık ve yükümlülüklerin, yapılarının ve özkaynaktaki değişikliklerin incelenmesidir. Finansal tabloların temel amacı, rasyonel kararlar alabilmeleri için çeşitli kullanıcılara bir işletmenin finansal pozisyonu, performansı, faaliyeti ve nakit akışları hakkında yararlı bilgiler sağlamaktır (Lazaridis, Konteos ve Sariannidis, 2013, aktaran; Konstantinidis, v.d., 2021; 938). Kısaca bir tanım yaparsak; mali tablo, şirketin belirli bir raporlama dönemi boyunca finansal performansının bir özeti. Genellikle yıllık rapora dahil edilmektedir. Genellikle üç farklı bölüm olarak varlıkları, borçları ve öz sermayeyi içermektedir. Bu bölümler ayrıca farklı alt bölümlere ayrılmıştır. Bunlar, dönen varlıkları/yükümlülükleri, uzun vadeli varlıkları/yükümlülükleri, gelir kaynaklarını ve giderleri şeklinde olmaktadır.

Belli bir süre içinde oluşan mali özellikli olayların, işletmenin varlık ve kaynak unsurlarında oluşan değişimlerin özetlendiği formlara mali tablo olarak tanımlanmaktadır. Temel mali tablolar yıllık dönemler itibariyle hazırlanmaktadır.

Muhasebe kurallarını etkileyen finansal yapı ve bunun altında yatan ticari felsefe, ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Bir ülkede makul görülen kurallar diğer bir ülkede farklı çevre unsurları ve ticari yapı içinde, uygun olmayacak bir şekilde görülebilir. Bu da, ülkeler arasındaki farklılıkların zeminini hazırlayıcı bir etki yapmaktadır (Anderson ve Sollenberger, s.809). Ülkelerin farklı ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel yapılarının etkileri olmaktadır. Muhasebe kayıtları ve mali tablolar ekonomik yapı içinde yer almakla birlikte farklılıkların diğer ulusal özelliklerin uluslararası sistem içinde etkili olduğu görülür. Özellikle hukuki mevzuatın oluşmasında ve muhasebe sisteminin kurulmasında bu çok farklı faktörler etkili olmuştur.

Temel mali tabloların açıklanmasındaki farklılıkların nedenleri de sırasıyla; dil ve terminoloji, yasal sistemler, finansman kurumları, vergilendirme, muhasebe mesleği, enflasyon ve ekonomik şartlar, teorik yaklaşım, arıza faktörler ve milliyetçiliktir. Bu farklılığa muhasebe mesleğinin temel özellikleri dışında etkisi olmakla birlikte, arıza faktörler ve ön görülemeyen durumların belirgin etkileri dönemsel olarak da mümkündür. Teorik yaklaşımın da bu konuda etkisi söz konusu olmaktadır. Aynı zamanda bu farklılığa sebep olan nedenler olarak enflasyon ve ekonomik şartlar finansal kurumları ve vergilendirmeyi de etkilemektedir. Ancak ulusların özelliklerini yansıtan dil ve terminoloji, yasal sistemler ve milliyetçilik farklı bir yaklaşım olarak etkili olmaktadır. Bu etkiler iletişim, anlayış ve yaklaşımda farklılıklara sebep olarak, zaman alıcı, maliyetli ve anlaşımında zorluklar getirmektedir.

Temel mali tabloların açıklanmasındaki farklılıklar olarak dil ve terminoloji, yasal sistemler ve milliyetçilik düşünce olarak ve yaklaşım olarak farklılıklar yaratabilmektedir. Bu yöndeki değerlendirme çalışmanın ana konusu olması sebebiyle aşağıda incelemede yer almaktadır.

1. Dil ve Terminoloji

Farklı dillerin iletişim güçlüklerine neden olduğu genel kabul görmüş bir gerçekliktir. Birçok ülkedeki şirketler faaliyetleri esnasında, çoğunlukla yüz yüze veya yazılı haberleşmeyi kullanmaktadırlar. Uluslararası faaliyetlerde haberleşme, karmaşık ve zaman alıcı olabilmektedir. Şirket belgelerinin, şirketin faaliyette bulunduğu tüm ülkelerin dillerine çevrilmesi, faaliyetler esnasında gerekli olmaktadır. Ayrıca bu çevirme işlemi sırasında da, çeşitli güçlüklerle de karşılaşılması mümkün olmaktadır(Anderson ve Sollenberger, s.802)

Dil kavramı söz konusu olduğunda, kültür unsuru da önemlilik arz etmektedir. Çünkü kültür, dillerin oluşmasında etkili olacak faktör olarak son derece önemlidir. Farklı dillere tercüme edilen muhasebe terimlerinin, kültürel farklılıkların etkisiyle çok değişik anlamlara gelmesi mümkün olabilmektedir. Bu nedenle, muhasebeyle özellikle de muhasebe terimleriyle ilgili tercümelerde, kültür unsuru gözden uzak tutulmamalıdır. Bu ise bu konuda uzman ve profesyonel çevirmenleri gerektirmektedir. Bu konuda yetkinliğe sahip olmamak yanlışlıkların ve yanlış anlamalar sonucu oluşacak sorunların en büyük sebebi olmaktadır.

Muhasebe düzenlemelerinin farklı dillerden tercüme edilmesi, karışıklıklara sebep olabilmektedir. Bu konudaki bir çalışma M.E. Hussein tarafından 1981 yılında literatürde yer almıştır. Hussein, Uluslararası Muhasebe Standartları'ndan 3 nolu olanının (bu standart konsolide mali tabloların düzenlenmesiyle ilgilidir) İspanyolcaya tercümesinde bazı hatalar olduğunu tespit etmiştir. Bu tespit son derece önemlidir. Bu tip sorunlar daha çok, farklı kültürler söz konusu olduğunda ortaya çıkmaktadır. (Blake ve Amat s. 15). Özellikle az kullanılan dillerde ve lehçe farklılıklarında büyük hatalar çevirme esnasında yapılabilmektedir. Bu hem dil bilim konusunda hem de muhasebe literatüründe uzmanlığı gerektirmektedir.

Muhasebe dili günlük konuşma dilinden farklı olarak, teknik bir olarak önemlidir. Muhasebeciler de etkin bir iletişim için kelimeleri ve ifadeleri, kullanıcılara göre ortalama düzeydeki birinin anlayacağı şekilde seçmelidir. (Williams, Stanga ve Holder, s.137). Bu sebeple dil birliği olmadığında anlama ve kavramada farklı ve hatalı durumlar söz konusu olabilmektedir.

Hesap isimlerinde de bazen değişiklikler mevcuttur. Mali tablolarda yer alan bir hesabın isminin, defteri kebirde de aynı şekilde olacağına dair bir gereklilik yoktur. Örneğin, Amerika'yı dikkate alırsak defteri kebirdeki "alacaklar hesabı", bazen bilançoda "müşterilerden gelecek tutarlar" olarak bildirilmektedir. (Williams, Stanga ve Holder, s.137). Bu açıklayıcı bir ifade gibi algılansa da teknik dil olan muhasebe dilinde karmaşaya sebep olabilmektedir.

Muhasebe terminolojisi; Amerika ve İngiltere'nin aynı dildeki farklı terimlerle nasıl ikiye ayrıldığına iyi bir örneğidir. Benzer farklılık, Avrupa'daki İspanyolca ile Güney Amerika'daki İspanyolca için de söz konusu olmaktadır(Blake ve Amat, s.224). Aşağıda Tablo 1 de ayrıntılı yer verilmiş durum da görüldüğü gibidir

TABLO 1. Muhasebe Terimlerinin Ülkelerdeki Farklılıkları

Amerika

Inventory (Stok)
Stock (Sermaye, Yatırım)
Sales (Satışlar)
Receivables (Alacaklar)
Payables (Borçlar)

İngilere

Stock (Stok)
Investments (Yatırımlar)
Turnover (Satışlar)
Debtors (Alacaklar)
Creditors (Borçlar)

İspanya

Beneficio
Contable
Existencias
Amortizacion
Gasto

Güney Amerika

Utilidad (Gelir: Income)
Contador (Muhasebeci: Accountant)
Inventorios (Stok)
Depreciacion(Amortisman)
Egreso (Maliyet: Cost)

Kaynak: John Blake, Oriol Amat, European Accounting London: Pitman Publishing, 1993, s.225.

F. Choi ve G. Muller tarafından 1984 yılında yayınlanmış olan bir çalışmada ise, dünyadaki şirketlerin hesaplarında İngilizce tercümenin geçerliliği incelenmiştir. Yazarlar, çalışma kapsamında her bir ülkedeki başlıca şirketlerde İngilizce tercümenin geçerli olmama oranlarını tespit etmişlerdir (Tablo 2.3.) (Blake ve Amatt, s.225)

TABLO 2. Çeşitli Ülkelerdeki Şirketlerin Hesaplarında İngilizce Tercümenin Geçerli Olmama Oranları

	%
Belçika.....	10 – 50
Danimarka.....	10'dan az
Fransa.....	50'den fazla
Almanya.....	10 -50 arasında
İtalya.....	10 – 50 arasında
İrlanda.....	10'dan az
Hollanda.....	10'dan az
İspanya.....	50'den fazla
İsveç.....	10'dan az
İngiltere.....	10'dan az

Kaynak: John Blake, Oriol Amat, European Accounting London: Pitman Publishing, 1993, s.225.

Archer ve McLeay, 1989 yılındaki incelemelerinde, kırk iki büyük Avrupa şirketinin yayınlanmış hesaplarıyla ilgili olarak; şirketlerin raporlarını birden fazla dilde hazırlamış olduklarını bildirmişlerdir. Şirketlerin tümü, raporlarını İngilizceye çevrilmiş olarak da hazırlamışlardır. Bu şirketlerin hiç biri İngiliz menşeli olmamakla birlikte en çok kullanılan dil ise 12 şirket olarak Fransızca dilidir(Blake ve Amat, s.225).

Başka bir ülkedeki şirketlere ait hesapların tercümesi olmadığı durumlarda, araştırmacılar açısından durum üç şekilde ortaya çıkabilir: (Blake ve Amat, s.226)

1. Hesapların muhasebe sözlüğü kullanılarak kişisel tercümesi,
2. Tercüme için elemanların istihdamı,
3. Kendi tercüme elemanları olan bir yatırım danışmanlık biriminin istihdamı.

Bu yönde yapılan uygulamalarda çok fazla hatalar, eksiklikler ve yanlışlıklar olduğu yönünde tespitler farklı çalışmalarda tespit edilmiştir. Bu yönde bir birlik dil farklılıklarından dolayı olmamakla birlikte, profesyonel bir tercümenin hataları ve eksiklikleri giderme yönünde önemli katkısı olabileceği önerileri mevcuttur.

2. Yasal Sistemler

Yasal sistemler temel mali tabloların açıklanmasında ülkelerin sahip olduğu yasal sistemlere göre farklılıklar gösterebilmektedir. Bazı ülkelerdeki mevcut yasal sistemler bu konuda etkili olan bir faktör olarak önemlilik arz etmektedir.

Bazı ülkeler yazılı hukukun sınırlı bir kısmına dayanan, daha sonra mahkemeler tarafından yorumlanan içtihatların geliştirilerek kanunlara ilave edileceği bir yasal sisteme sahip olmaktadır. Aynı şekilde bir yasal sistem olarak İngiltere’de kral adına hareket eden yargıçlar tarafından şekillendirilmiş sistem farklılıklar açısından önemli bir örnektir. Bu tür yasal sistemler “yazısız hukuk” kapsamına girmektedir. Burada amaç; gelecek için genel bir kural oluşturmaktan ziyade, özel bir durum için sağlanacak çözümü aramaktır (Nobes ve Parker, s.11). Birçok ülkede sözlü hukuk kurallarının da geçerli olduğu bir gerçektir.

Amerika’nın federal kanunu, İrlanda, Hindistan ve Avustralya’nın kanunları; İngiliz ‘Yazısız Hukuku’ndan şekillenmiştir. Bu ülkeler bu yönde şekillenerek daha çok veya daha az kapsamlı uzantılar olarak benzer sistemi benimsemişlerdir. Ülkelerdeki kanunların içeriği ise, finansal tabloların açıklanmasıyla ilgili olarak şirketler kanununu etkilemektedir (Nobes ve Parker, s.11). Yasal sistemler sebebiyle şirketler kanunu birçok farklılıklar içermektedir.

Batı Avrupa’da “yazısız hukuk” sistemi dışında, mevcut diğer yasal sistem ise “Roma Hukuku” sistemidir. Yazısız hukuk, yargı ve yorumların belirli unsurlarını içeren esnek bir sistemdir. “Roma Hukuk” sistemi ise, tüm durumları ayrıntılı ve tarifli bir şekilde kapsayan bir sistem olarak açıklanmaktadır. Yasal sistemlerin etkisi, muhasebe kurallarının oluşturulması, belirtilmesi ve yorumlanmasında görülmektedir (Samuels, Brayshaw ve Craner, s.70). Özellikle yazılı olanlar net olmakla birlikte yazısız kurallar esnetilmektedir. Ancak her iki sisteminde bu süreçte etkileri olmakta ve bunlara göre gerekli kayıtlar tutulmakta ve saklanmaktadır.

Yasal sistemler muhasebe kurallarının oluşturulmasını etkilediğinden, bu sistemlerin değişmesi muhasebe kurallarının da değişmesine sebep olmaktadır. Değişen muhasebe kuralları, temel mali tabloların açıklanmasındaki farklılıkların nedenini oluşturmaktadır. Bu farklılıklar ülkelerin yasal sistem farklılıklarına dayanmaktadır.

TABLO 3. Çeşitli Ülkelerdeki Yasal Sistemler

<u>Örfi Hukuk Sistemi</u>	<u>Roma Hukuku Sistemi</u>
İngiltere ve Galler	Fransa
İrlanda	İtalya
Amerika	Almanya
Kanada	İspanya
Avustralya	Hollanda
Yeni Zelanda	Portekiz
	Japonya

Kaynak: Christopher Nobes, Robert Parker, Comparative International Accounting, Third edition, Cambridge: Prentice Hall International, 1991, s.12.

Yasal sistemi, Roma Hukuku'na dayanan ülkelerde kurallar; dürüstlük ve doğruluk düşüncelerine bağlanmış ve genel ilkeler haline gelmiştir. Roma Hukuku ile yazısız hukukun farkının; şirketler hukukunda veya ticari mevzuatta muhasebe ve finansal raporlama için ayrıntılı kurallara etkisi vardır(Nobes ve Parker, s.12).

Roma Hukuku, 19. yüzyılda batı Avrupa ülkelerinde başlayan kanunlaştırma hareketlerine kadar geçen sürede genel bir nitelik kazanmıştır. Roma hukuku ortaçağın bölgesel ve ulusal hukuklarından üstün tutulmaya başlanmıştır. Roma Hukuku, Avrupa'da "Ortak Hukuk" adı altında tamamlayıcı hukuk olarak uygulanmıştır. Buna göre, her ülkenin kendi örf ve adet hukuku, devlet örgütü ile ilgili kuralları bulunmaktaydı ve ilk planda bunlar uygulanmaktaydı. Ancak, bu bölgesel ve ulusal hukuklarda boşluklar olduğunda, bu boşluklar Roma hukuku kuralları ile tamamlanmıştır(Ceylan, 2004; 4). Daha sonraki süreçte yasalar açısından belirgin farklılıklar oluştuğu görülmektedir.

Ülkeler arasında, yasalar açısından mevcut olan farklılıklar, bazen dikkat çekici nitelikte olabilmektedir. Örneğin bazı Güney Amerika ülkelerinde, bir şirket inşaat faaliyetlerine başlayacaksa; gerekli izini alabilmesi için yerel hükümete parasal hediyelerin vermesi bir uygulama olmuştur. Bu gibi ülkelerde komisyonlar ve rüşvetler gibi birçok ülkede yasal olmayan durum normal bir uygulama olmaktadır. Amerika'da ise federal kanunlara aykırı bir durumdur. (Anderson ve Sollenberg, s.805) Bu tür uygulamalar; ülkemizde de suç kapsamına giren ve kanunlara aykırı bir durum oluşturmaktadır. Aynı zamanda yazılı ve yazılı olmayan hukuk bakımından bu durum yasal olmayan, suç teşkil eden ve aynı zamanda gayri ahlaki bir durum olarak dünya da genel kabul görmüş bir durumdur. Bu sebeple farklı uygulamalar sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

Genel özellikler itibariyle bakıldığında, ülkelerde muhasebe ile ilgili gözükten kavramlar; "şirketler hukuku", "muhasebe hukuku" veya vergi uygulamasının

muhasabe uygulamasından baskın olduğu yerlerde “vergi hukuku” şeklinde ortaya çıkmaktadır(Blake ve Amat, s.29). Ülkelerde yasal sistemden kaynaklanan farklılıklar bu hukuk alanlarında da farklı uygulamaların oluşmasına sebep olmaktadır.

İngiltere gibi “yazısız hukuk” geleneği olan ülkelerde ayrıntılı yasalardan çok, muhasabe kurallarının daha geniş bir çerçevede yasalaştırılması daha uygundur. Almanya gibi “Roma Hukuku” geleneği olan ülkelerde de, bildirimler ve ayrıntıların uygulanması şeklindeki muhasabe kurallarının oluşu daha uygundur(Blake ve Amat, s.14).

İngiltere’deki muhasabe düzenlemeleri, mesleki bildirimler ve yasalarla sağlanmaktadır. Mesleki bildirimlerin dayanağı da, “Standart Muhasebe Uygulamaları Bildirimleri”dir. Bu bildirimler İngiltere ve Galler’deki Yetkili Muhasebeciler Enstitüsü tarafından hazırlanır. Yasaların kapsamını da “şirketler yasası” oluşturmaktadır(AIHashim ve Arpan, s.22-23). Ancak bazı ülkelerde bu durum farklılıklar oluşturabilmektedir.

İtalya’da ise durum daha da farklı olmaktadır. İtalya, katı yasal konumuna rağmen, muhasabe kurallarının esnek olarak uygulandığı bir ülkedir(Blake ve Amat, s.14). Bu sebeple farklı uygulamalar söz konusu olmaktadır.

Yasaların daha açık ve belirgin şekilde olması, özellikle muhasabeci ve denetçilerin tercih ettikleri bir durum olmaktadır. Amerika’daki tecrübeler; muhasabeci ve denetçilerin bu yönde bir beklentiye sahip olduklarını göstermiştir. Amerika’da bir değerlendirmenin sonuçlarına dayanarak ifade edildiğine göre; muhasabe mesleğinin sorunlarla ilgili daha fazla kurala sahip olması, denetçilerin zor yargı kararlarıyla karşılaşmasını azaltacaktır (Blake ve Amat, s.14).

Özellikle Almanya ve Fransa’da muhasabe, yasalardan oldukça etkilenmektedir. Uygulanmakta olan muhasabe standartlarının ve işlemlerinin çoğu kanunlarla açıklanmıştır. Fransa’da hükümetin, ekonomik planlama ve sosyal muhasabe için veri toplama amacı mevcuttur (AIHashim ve Arpan, s.26, 29). Hukuka dayalı bir sistemde muhasabe kayıtlarının güvenilirliği yüksek olmaktadır.

Almanya’daki muhasabe yasaları şirket büyüklüklerine göre değişiklik göstermektedir. Bu konuda üç farklı sınıflandırma vardır. Bunlar; 250 ve üzerinde çalışan sayısıyla büyük şirketler, 50 çalışan ile orta büyüklükteki şirketler, 50’den az çalışanı ile küçük şirketlerdir. Küçük şirketler, mali yılın bitiminden itibaren altı ay içinde finansal tablolarını hazırlamalıdırlar. Bu süre, diğer iki kategorideki şirketler için üç ay olarak kanunda yer almaktadır. (Hoyle, s.621). Bu şekilde olması düzgün ve kuralcı bir muhasabe sistemi için önemlidir.

Almanya'daki ticari yasanın gerektirdiği üç türlü konu mevcuttur. Bunlar;

- Hesap defterlerinin “düzenli defter tutma ilkesi”ne uygun olacak şekilde izlenmesi,
- Yıllık finansal tabloların hazırlanması,
- Şirket defterlerinin ve yazışmalarının belirli bir zaman dilimi içinde elde tutulmasıdır (AlHasim ve Arpan, s.29).

Hollanda'daki muhasebe uygulamaları ise, Almanya ve Fransa'da olduğu kadar yasalardan yoğun bir şekilde etkilenmemiş ve daha esnek kabul edilebilir bir durum söz konusu olmaktadır(AlHasim ve Arpan, s.29).

İspanya'nın Ocak 1986'da AT'ye katılmasıyla, şirket yasalarını topluluk yönergelerine uyumlu hale getirmesi talep edilmiştir. Bu yönde yapılan çalışmalarla düzenlemeler yapılmış ve yeni kanunlar oluşturulmuştur. Bunların kapsamı üç noktada toplanabilir: (United Nations Centre on Transnational Corporations s.15-16)

Finansal tablolarda, ilave edilecek dipnotlarla genişlemenin sağlanması, dürüstlük ilkesinin dikkate alınması, muhasebe ilkelerine uyulması, denetçilerce kontrolün yapılması,

1. İkinci nokta; konsolide finansal tablolarla ilgilidir. Bir şirketin bir veya birden çok şirketi kontrol ettiği durumlar için geçerli olan yükümlülüklerin içeriğini kapsar,
2. Üçüncü nokta; denetçi raporunun kapsamı, denetim standartlarının yayınlanması, mesleki güvenilirlik, mesleğe geçiş, denetim mesleğinin örgütlenmesi ve denetim şirketleri ile ilgilidir.

Diğer bir örnek olarak İsveç'te ise, tek bir muhasebe kanunu mevcuttur ve bu tüm raporlama konularına uygulanabilir. İngiltere'de ise, raporlama konularında farklı durumlar için farklı muhasebe kanunları olması itibariyle, İsveç'ten belirgin şekilde farklılık göstermekte olduğu görülmektedir. (Blake ve Amat, s.29)

Dünyadaki birçok ülkede, muhasebe uygulamaları üzerinde hükümetlerin doğrudan etkisi vardır. Bu, kanun yapma veya hangi işlemlerin takip edileceğinin bildirilmesi şeklinde olur. Bu daha çok, mesleki muhasebe organının mevcut olmamasından veya yeterince güçlü olmamasından kaynaklanmaktadır. (AlHasim ve Arpan, s.7)

Diğer taraftan da, devletin kendisi de muhasebe bilgilerinin kullanıcısı durumunda olmaktadır. Burada devletin amacı; kullanılacak olan muhasebe bilgilerin, elde edilmek isteneni verebilecek şekilde düzenlemektir. Örneğin İngiltere hükümeti muhasebe bilgilerini, vergileme amacıyla

istemektedir(AlHasim ve Arpan, s.7). Bu durum birçok ülkede de aynı veya benzer sebeplerle önemli olmaktadır.

3. Milliyetçilik

Muhasebede, uluslararası harmonizasyonun oluşturulmasında başlıca iki sorunla karşılaşılır. Bunlar; siyaset ve milliyetçiliktir. Genelde, ülkelerde sahip olunan sitemler en iyi olarak düşünülür ve değişikliğe ihtiyaç duyulmaz. (Blake ve Amat, s.13)

Ülkeler ve ekonomik sistemleri arasındaki temel farklılıklar gibi, milliyetçilik de uluslararası muhasebe standartlarının (IAS) kabulünde bir engel teşkil etmektedir. (Hoyle, s.629). Bir ülkenin, bir başka ülkenin kurallarını uygulama durumunda kalması milliyetçilik duygularını etkilemekte, bu durum, politik bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır(Taylor, 1999; 558, Ağca, 8). Bu yönde bir mutabakat sağlanamamasında son derece etkili bir faktör olmaktadır.

Ancak bu yönde değerlendirmeler sonucunda Amerika’da Finansal Muhasebe Standartları Kurulu başkanlığı yapmış olan Dennis Beresford, ortak muhasebe standartlarının tatbikinde milliyetçiliğin başlıca engellerden biri olduğunu belirtmesi önemli bir tespittir (Hoyle, s.610).

Dış etki olarak ifade edilen yabancı etkilere karşı olarak gösterilen direnme şeklinde ortaya çıkan milliyetçilik çok derin problemlere sebep olmaktadır. Özellikle milliyetçilik, değişmesi mümkün olmayan gelenekler, farklı çevresel etkiler uyumlaştırmanın gerçekleşmesindeki problemler oluşturmaktadır. Ayrıca bazen ülkeler arası farklılıklar gerekli ve uygun olabilir. Örneğin; farklı gelişme seviyelerinde veya farklı finansman kaynaklarına dayanan ülkelerde farklı muhasebe sistemlerine yönelme gerekli olabilmektedir (Hoyle vd., 2004: 538 ; Joumal ve Vulin, 2004: 18; Çankaya, 2004, 130).

Türkiye’de uygulanan muhasebe sistemleri tarihsel süreçte değerlendirildiğinde, ekonomik olarak yakın temas içinde olduğu ülkelerin muhasebe sistemlerinden etkilenmiştir. Bu duruma ilişkin Türk muhasebe sisteminde ilk olarak Fransa, daha sonra Almanya muhasebe sisteminin etkileri mevcuttur. Ancak daha sonraki yıllarda ABD ile ilişkilerin artmasıyla muhasebe sistemi de bu gelişme doğrultusunda Amerikan etkilerinden esinlenmiştir. Bu sebeple Amerikan etkileri görülmüştür. 1980’li yılların sonlarına doğru Türkiye’nin AB tam üyelik süreci doğrultusunda çalışmaların başlaması ve AB uyum sürecine girilmesi ve hızlanan küreselleşme Türkiye’de Uluslararası Muhasebe Standartlarıyla uyumlu, finansal piyasalarda karşılaştırma imkânı sağlayan, açık, anlaşılır, şeffaf, güvenilir muhasebe standartları oluşturulmasını gerekli kılmıştır(Toraman ve Bayramoğlu, 2006: 474). Daha sonraki süreçte bu yönde düzenlemeler net olarak görülmüştür. Ülkelerin milliyetçilik ilkeler

doğrultusundaki uygulamaları ile son dönemlerde hızlanan küreselleşme bu etkiyi esnetecek bir duruma sebep olmuştur.

Ekonomik küreselleşme, birçok alanda olduğu gibi muhasebe uygulamalarını da sınırları aşan bir şekilde etkilemiştir. Muhasebe konusundaki etkisi uluslararası muhasebe standartları ve bağımsız denetim alanında kendisini göstermiştir(Erol, Aslan, 2017; 55). Ekonomik küreselleşmenin ve muhasebe gelişiminin etkilerini açıklamaya çalışan çok sayıda ampirik çalışma ve bilimsel araştırmalar mevcuttur. Küreselleşme ve AB birliği uyumlaştırma sürecinde milliyetçilik konusundaki etkiler esneme göstermişlerdir. 1990'lardan bu yana, ekonomik küreselleşme ivme kazandıkça muhasebe sistemi ve mevzuatta da yeniden yapılanma uluslararası bir bütünlük açısından önemli gelişme ve değişime sebep olmuştur.

SONUC

Mali tabloların, farklı bilgi, tecrübe ve donanımına sahip uzmanlar tarafından değerlendirilmesi durumunda farklı analiz ve yorum olabilmektedir. Ancak temel mali tablolar güvenilir, eksiksiz ve gerçeğe uygun hazırlanmalıdır ki; bu yönde gelecekte yatırım kararlarına yön vermek üzere yapılan analizler sağlıklı olabilsin. Bu sebeple mali tabloların düzenlenmesi son derece önemlidir. Mali tablolar belli dönemler itibariyle karşılaştırılabilir niteliğe sahip olmalıdır. Temel mali tabloların farklılıkları; dil ve terminoloji, yasal sistemler, finansal kurumlar, vergilendirme, muhasebe mesleği, enflasyon ve ekonomik şartlar, teorik yaklaşım, arazi faktörler ve milliyetçilik faktörlerinden kaynaklanmaktadır. Ancak, dil ve terminoloji farklılıkları, yasal sistemler ve milliyetçilik ulusa özgü değerleri içerdiğinden bu faktörler muhasebede uyumu da etkilemektedir.

Ülkeler arasındaki standart farklılıkları bertaraf ederek, bütün ülkelerde benzer raporlama yapılmasını hedefleyen ve Türkiye'nin de dahil olduğu birçok ülke tarafından kabul gören Finansal Raporlama Standartları farklı düzenlemeler getirmektedir. Özellikle farklı ülkelerde gelenek ve görenekler, kültürel değerler, sosyal yapı ve tarihsel geçmiş ülkenin yasal mevzuatını da bazen kısmi bazen de geniş bir şekilde etkileyebilmektedir. Bu yöndeki çalışmalar coğrafi dağılım, gelişmişlik farklılıkları ve tarihsel ve kültürel geçmişe dayanan bağlıklar bakımından değerlendirilmeye muhtaçtır.

KAYNAKLAR:

- Ağca, A., (2015), “Ülke Muhasebe Sistemlerindeki Farklılıklar Ve Bu Farklılıklardan Kaynaklanan Sorunlara Getirilen Çözüm Önerileri”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , (8). 1-13.
- AlHashim, Dhia; Jeffrey S. Arpan, (1988), **International Dimensions of Accounting**, Second Edition, Boston: PWS-Kent Publishing.
- Anderson, Lane K.; Harold M. Sollenberger, (1992), **Manegerial Accounting**, Eight Edition, Ohio: South-Western Publishing Co.
- Blake, John; Oriol Amat, (1993), **European Accounting**, London: Pitman Publishing.
- Ceylan, G. S. (2004), “Roma Hukukunun Günümüz Hukuk Düzenlerine Etkisi”. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 8 (2), 1-10.
- Çankaya, F., (2004), “Uluslararası Muhasebe Uyumunun Ölçülmesine Yönelik Bir Uygulama: Rusya, Çin Ve Türkiye Karşılaştırması”, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 3, Sayı 6127–148.
- Erol, M. ,Aslan, M., (2017), “Uluslararası Muhasebe ve Denetim Standartlarının Gelişmesi”, *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, Ocak 2017 (12).
- Hasanaj, P. and Kuqi, B. (2019), Analysis of Financial Statements: The Importance of Financial Indicators in Enterprise. **Humanities and Social Science Research**, 2, 17-27.
- Hoyle, Joe B., (1991), **Advanced Accounting**, Third Edition, Boston: Irwin,.
- Hoyle, Joe B., Schaefer Thomas ve Timothy, Douppnik, (2004), **Advanced Accounting**, Mc Gray Hill Company, Seventh Edition.
- Joumal, Samira ve Sandra Vulin, (2004), “Development Of Harmonisation In The 21st Century-Is Accounting Harmonisation Possible and can it be Measured?”, Department of Business Administration, Master Thesis, Spring Term.
- Konstantinidis, C. , Pantelidis, P. and Kartzias, N., (2021) Analysis of Financial Statements as a Competitiveness Advantage of the Firms in the Greek Poultry Sector 2010-2016. **Theoretical Economics Letters**, 11, 938-946.
- Lazaridis, Th., Konteos, G., & Sariannidis, N., (2013), **Modern Financial Analysis**.
- Nobes, Christopher; Robert Parker, (1991), **Comparative International Accounting**, Third edition, Cambridge: Prentice Hall International.
- Samuels, J.M.; R.E. Brayshaw; J.M. Craner, (1995), **Financial Statement Analysis In Europe**, Chopman&Hall.

- Taylor, M.E., Jones, R.A., (1999), “The Use of International Accounting Standards Terminology, a Survey of IAS Compliance Disclosure”. *The International Journal of Accounting*. Vol:34, No:4, , sToraman, Cengiz ve Fatih M. Bayramoğlu (2006), “Avrupa Birliği Uyum Sürecinin Muhasebe Uygulamalarına Etkisi”, *Mali Çözüm Dergisi (Özel Sayı)*, Sayı 76, 17. Dünya Muhasebe Kongresi /Kasım 2006), ss.457-480. s.557-570.
- United Nations Centre on Transnational Corporations, (1988), **International Accounting And Reporting Issues: 1987 Review**, United Nations and Graham&Tratman.
- Williams, Jan R.; Keith G. Stanga; William W. Holder, (1995), **Intermediate Accounting**, Fifth Edition, The Drtden Press.

26. Bölüm

Yeni (Modern) Dış Ticaret Teorileri

Türker BATMAZ¹

1. Yeni (Modern) Dış Ticaret Teorileri

A. Smith'in 1776 yılında yayınlamış olduğu Ulusların Zenginliği eserindeki görüşleriyle başlayan Klasik Liberalizm veya Klasik Ekol 'ün doğuşu, Neo-Klasik İktisat Ekolü' nün öncüsü Heckscher-Ohlin Modeli'nden türetilmiş olan, faktör arzındaki değişimlerin, üretim sonuçlarını analizine dahil eden Rybezyunki Teorisi'ne (1955) kadar geçen sürede uluslararası ticaretin ülkelerin refahı üzerinde oluşturacağı etkiler üzerinde durulmuştur. Öyle ki, ortaya atılmış olan her yeni teori önceki teorilerin eksikliğini giderecek şekilde farklı bakış açılarıyla geliştirilen bu yeni teoriler; dış ticarete de farklı bir bakış açısıyla dikkat çekmeye çalışmışlardır.

Söz konusu Klasik İktisat teorileri ile yeni (modern) teoriler birbirinden farklı üretim avantajlarına veya faktör donatımına sahip ülkeler arasındaki ticaretin analizine imkân vermektedir. Fakat faktör donatımı açısından birbiriyle yakın özellikler gösteren gelişmiş ülkeler arasındaki ticareti yeterince açıklayamamaktadırlar (Karluk, 2013:91-93).

Ayrıca dış ticaret teorilerinin analitik niteliklerinin geliştirilmesiyle, İktisat literatüründe genel kabul gören Heckscher-Ohlin Modeli'nin ve benzerlerinin bilgi ve farklı bağlantılara sahip olmadığı gözlemlenmiştir. Yine 1950'li yıllardan günümüze, bir yandan ampirik testlerin Faktör Donatımı Teorisi'ne olan güveni yıkması, diğer yandan bilginin toplumsal dönüşümlere ve bilakisçiktü sürecinde etkin olmaya başlamasıyla birlikte dış ticaret teorilerinde de yeni (modern) teorilerin ortaya çıkmasına zemin hazırlanmıştır (Bayraktuna, 2003: 179).

Özellikle Faktör Donatım Teorisi'ni incelemek amacıyla ABD ekonomisinin 1947 girdi-çıkıtı tablosu ve dış ticaret verileri ile 1'er milyon ABD doları tutarındaki ihracat-ithalat ürünlerinden oluşan temsili mal sepetlerini oluşturan Leontief; kaynak olarak ABD'nin dünya ile olan dış ticaretini almış ve bu malları üretmek için gereken emek ve sermaye oranlarını incelemiştir. Bu çalışma, ABD ekonomisinin 1947 yılı girdi-çıkıtı tablosu ile dış ticaret akışına göre yapılmış ve 1951'de yayınlanmıştır.

Leontief yapmış olduğu çalışmanın sonucunda ABD tarafından gerçekleştirilen bir milyon ABD doları tutarındaki ihraç malını üretmek için gerek emeğin bir milyon dolar değerindeki ithalata rakip malların üretiminde gerek duyulan emekten daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Aynı miktardaki ihracat için gereken sermaye ise, ithalattakinden daha düşük seviyededir. Başka bir ifade ile; ithalattaki sermaye /emek oranı, ihracattakinden %30 daha fazla çıkmıştır. Bu durum ABD'nin emek yoğun malların üretiminde uzmanlaşıp bu malları ihraç etmesini, sermaye yoğun malları ise ithal etmesi gerektiğini ortaya koymuştur (Leontief, 1954: 3-32).

Bu durum tüm dünyada şaşkınlık yaratmış olsa da Leontief bu durumu “ABD toplumunun üstün girişimcilik, yöneticilik, eğitim ve üretime yönelik çalışma atmosferi gibi özellikleri dolayısıyla; ABD’deki işçileri dünyanın diğer ülkelerindeki işçilere göre daha üstün niteliklere sahip olduklarını belirterek açıklamıştır. Bu duruma göre, ticaretin sadece emek ve sermaye faktörüne dayanmadığını; hammaddelerin, emeğin bütün nitelikteki türlerinin ve diğer faktörlerin de ticaret üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Üçüncü faktör açıklaması esasen nitelikli iş gücü ile birlikte araştırma-geliştirme (AR-GE) endüstrisi için de ticareti içerecek şekilde genişletilmiştir (Bayraktuna, 2003: 180).

Leontief Paradoksu etrafındaki bu tartışmalar esas itibariyle, bilgi ve ilintili unsurları içeren yeni dış ticaret teorilerinin ortaya çıkmasında büyük rol oynamıştır. 1960’lı yıllarda ortaya çıkmaya başlayan bu yeni dış ticaret teorileri 1970’li yılların sonunda iyice gelişmişlerdir. Esas itibariyle teknolojik gelişmeyi dış ticaretin belirlenmesinde önemli bir unsur olarak ele almışlardır. Ayrıca yeni (modern) dış ticaret teorileri, geleneksel dış ticaret teorilerinin açıklık getiremediği endüstri içi ticareti ve faktör donatımının benzer olduğu ülkeler arasındaki dış ticarete de açıklık getirmişlerdir. Yine tam rekabet şartları ve bağlı homojen mallar varsayımının yapıldığı geleneksel dış ticaret teorileri yerine, yeni dış ticaret teorileriyle birlikte farklılaştırılmış mallar ve aksak rekabet piyasalarına dayandırılmıştır. Yine ölçeğe göre sabit getiri yerine, günümüz gerçeğini yansıtan, ölçeğe göre artan getiriyi dikkate almışlardır. Ayrıca yeni dış ticaret Teorileri; arz koşullarıyla birlikte talep koşullarını, sermaye hareketlerinin dış ticarete etkilerini, dinamik karşılaştırmalı üstünlükler ile taşıma maliyetlerini de (bazı modeller ile) klasik dış ticaret teorilerinden farklı olarak dikkate almışlardır.

1.1. Nitelikli İşgücü Teorisi

Leontief Paradoksu sonrasındaki tartışmalar arasında, dış ticareti ülkelerin faktör donatımlarından ziyade diğer bazı etkenlerin de etkileyebileceği görüşü hasıl olmuştur. Bu noktada Keesing ve Keen gibi yazarlar tarafından geliştirilmiş olan Nitelikli İşgücü Teorisi esas itibariyle beşerî sermayenin dış ticaret üzerinde etkili olabileceğini araştıran ilk teorilerden birisi olmuştur. Keesing’e göre ülkelerin faktör donatımları ticareti belirleyemez iken, ticaret ülkelerin faktör donatımlarını dış ticaretin gereklerine göre şekillendirmektedir. Bu teoriye göre; belirli türdeki mesleki veya nitelikli işgücü bakımından zengin olan ülkeler, üretimleri büyük ölçüde bu faktörlere bağlı olan malların üretiminde uzmanlaşmalıdırlar. Diğer taraftan niteliksiz emeğe sahip olan ülkeler de

niteliksiz emeğin yoğun olarak kullanıldığı malların üretiminde uzmanlaşarak bu malları ihraç etmelidirler (Yılmaz, 2010: 197; Oktay, 2005:51).

Keesing tarafından geliştirilmiş olan bu modelde mal ve faktör piyasalarında tam rekabet şartları geçerli olmayıp; ölçek ekonomileri ve taşıma giderleri de yoktur. Ancak iki ülke de tüketicilerin zevk ve tercihlerinin benzer olduğu belirtilmektedir (Yılmaz, 2010:197-198).

Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere; Faktör Donatım Teorisi ile Nitelikli İşgücü Teorisi arasında benzerlikler görülmektedir. Gerek işgücünün eğitilerek nitelikli hale getirilmesi, gerekse fiziki sermayenin yaratılması öncelikle tasarrufu gerektirmektedir. Ayrıca gerçek hayatta nitelikli emek-yoğun mallar ile sermaye-yoğun mallar genelde birbirinin aynısıdır (World Bank, 1995: 59).

Ayrıca Keesing karşılaştırmalı üstünlük kavramını nitelikli emek ile diğer yüksek niteliğe sahip beşerî sermayenin karşılaştırmalı yoğunluklarıyla açıklamıştır (Shenkar, Luo ve Chi, 2015: 30-32).

1.2. Teknoloji Açığı Teorisi

Bu Teori M.U. Postner tarafından 1961 yılında ortaya atılmıştır. Teori esas itibariyle malın ilk icat edildiği zaman ile diğer ülkeler /firmalar tarafından taklit edilmesi arasındaki gecikme süreci üzerinde durmaktadır. Bu nedenle bu teoriye Gecikmeli Taklit Hipotezi (imitation lag hypothesis) de denilmektedir.

Teoriye göre; yeni bir mal veya üretim yöntemi (teknolojisi) geliştirmiş olan ülkeler bu teknolojinin ilk icatçısıdır. Aynı zamanda bu yeni teknolojiyle üretilen ürünlerin de ilk ihracatçısıdır. Bunlar genellikle ileri sanayileşmiş ülkelerde kurulmuş, faaliyet gösteren yenilikçi firmalar tarafından ortaya çıkarılmaktadırlar. Söz konusu yeni teknolojinin patent ve mülkiyet hakkı da bu firmalara aittir. Başkalarının bu yeni buluşları kullanması kanunen yasaktır.

Ancak zamanla taklit edilerek veya farklı yollarla (legal veya illegal) diğer ülkeler tarafından bu teknoloji ele geçirilebilmektedir. Dolayısıyla söz konusu bu ülkeler kendilerinde bol ve ucuz olan emek veya doğal kaynak üstünlüklerini de yeni teknolojiyle birleştirerek söz konusu malı ilk icat eden ülkelere daha ucuza üretebilecek konuma gelebilmektedirler. Malı yeni teknolojiyle ilk icat edip ihracatçı konumundaki gelişmiş /sanayileşmiş olan ülkeler; sonradan bu malı taklit yoluyla üretmeye başlayan (geri kalmış /gelişmekte) ülkelerle rekabet edemedikleri için ithal edebilmektedirler. Kısacası başlangıçta ihracatçısı konumunda oldukları malların ithalatçısı konumuna gelebilmektedirler (Postner, 1961: 323-341).

Nitelikli emek yoğun mallar, aynı zamanda da sermaye yoğun mallar olduğundan dolayı bu teori aynı zamanda Neo Faktör Donatımı olarak da bilinmektedir. Söz konu teoride bahse konu olan sektörlerin başında tekstil,

elektronik eşya vb. sektörlerle ilişkin dünya deneyimleri mevcuttur. Bir zamanlar İngiltere dünyanın en büyük tekstil ürünleri ihracatçısı konumunda iken, emeğin bol olduğu az gelişmiş olan ülkeler tekstil üretimine başladıktan sonra, İngiltere'nin üretimi azalmış hatta daha sonraki yıllarda tekstil ürünlerinin ithalatçısı konumuna gelmiştir (Postner, 1961 :323-341).

Nitekim uygulamalar incelendiğinde üretime yönelik yeni teknolojilerin çoğunun ABD, AB, Japonya vb. ülkelerde geliştirildiği ve belirli bir sürenin sonunda ise kitlesel üretimlerin az gelişmiş ülkeler tarafından gerçekleştirildiği görülmüştür. Yukarıda bahse konu İngiltere'nin yaşamış olduğu tekstil ürünlerindeki durumun benzerinin, elektronik eşyalar, demir, çelik gibi daha pek çok alanda da yaşandığı bilinmektedir.

1.3. Ürün Dönemleri Teorisi

Raymond Vernon tarafından 1966 yılında geliştirilmiş olan bu teori esas itibariyle Teknoloji Açığı Teorisi'nin genelleştirilmiş ve geliştirilmiş halidir. Teorinin üzerinde durduğu araştırma sahası, yeni ürünlerin üretilmesi ile bu ürünlerin pazarlanması, yurt içi üretimin dinamizm kazanması ve yeni ürünlerin ihracatı ile, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarıyla yurt dışında üretimin gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir (Gross ve Behrman, 1992:114).

Vernon Ürün Dönemleri Teorisi ile sanayi malları ticaretinde, üretimde uluslararası uzmanlaşma modellerini açıklamak için bu teoriyi geliştirmiştir. Teori; başta sanayi ürünleri olmak üzere dış ticarete yönelik önemli bazı özellikleri ortaya çıkarmıştır. Teoride ürünün ilk icadından olgunlaştığı döneme sonrasında ise modasının geçmeye başladığı ve ürünün son evresine girdiğini ifade eden dönemlerden bahsedilmektedir.

Vernon'a göre Ürün Dönemleri Teorisi, ülkeler arasındaki ticaretin temel motivasyonlarına farklı bir bakış açısı kazandırmıştır. Teori öncelikli olarak, gelişme aşaması ve piyasalardaki ürünün ömrü ile ilgili olan geleneksel pazar teorisine dayanmaktadır (Vasudeva, 2011:41).

Vernon, geliştirmiş olduğu bu teori ile ürünün yaşam dönemlerini üçe ayırarak incelemiştir (Vernon, 1966: 191-202). Bu aşamalar; a) Yeni ürün aşaması, buna aynı zamanda yaratıcı aşama da denilmektedir. b) Olgunlaşma aşaması, c) Standart (geliştirmiş) ürün aşaması şeklindedir.

a) **Yeni Ürün Aşaması:** Bu aşamada üretilen ürün miktarı oldukça düşük seviyede olup, sadece iç piyasanın talebini kolaylaştıracak kadar ürün üretilmektedir. Bu kapsamdaki ürünler genelde televizyon, radyo, bilgisayar ve diğer küçük çaptaki elektronik ürünlerden ibarettir.

b) **Olgunlaşma Aşaması:** Bu aşamada üretilen ürün miktarında artış başlar. İç piyasanın talebi karşılandığı gibi dış piyasalara da söz konusu ürünün ihracatı

yapılmaya başlamıştır. Bu aşamada üretici firma hala yeni teknolojiyi kendi tekelinde tutmaya devam etmektedir. Gelişme ve büyüme sürecinin başladığı olgunlaşma aşamasında, ulusal üretici dünya piyasalarına yetecek kadar ürün üretip ihracatını yapabilecek kapasiteye sahiptir. Dolayısıyla yenilikçi ülke, yeni teknoloji ile üretilmiş olan ürünün üretiminde ve dağıtımında monopol gücünü hala devam ettirmektedir.

c) **Standart (Geliştirilmiş) Ürün Aşaması:** Bu aşamada üretim süreci ve malın tüm nitelikleri üreticilerle birlikte tüketiciler tarafından iyice bilinir hale gelmiştir. Artık yenilikçi firma bu aşamada ülke içi ve ülke dışında söz konusu yeni tekniğin (yeni teknoloji ile üretilmiş ürünün) lisansını vermeyi kârlı bulmaya başlamıştır. Standart üretim maliyetlerin düşürmek için ise üretimi işçi ücretlerinin düşük seviyede olduğu gelişmekte olan ülkelere kaydırır. Çünkü teknoloji ürünün ilk icatçısı olan ülkede nitelikli işgücü maliyetleri oldukça yüksektir. AR-GE harcaması da dahil yoğun harcama gerektiren maliyeti artırıcı tüm etkenlerden kaçınmak ekonomik olarak daha kârlı hale gelir. Ancak yenilikçi ülke söz konusu ürünün tamamını diğer ülkelere bırakmaz. Az da olsa hala bir kısım mal üretmeye devam eder. Ancak malın üretim lisansını alan ülkeler (geri kalmış ve gelişmekte olan ülkeler) düşük maliyetle üretim yaptıklarından dolayı ihracatları hızla artmaya başladığı gibi; ihracat piyasalarına da hâkim olurlar (Vernon, 1966:191-193; Seyidoğlu, age.: 103).

Söz konusu teoriye göre; ürün gelişmiş olan bir ülkede doğmakta olup, daha sonra az gelişmiş olan ülkelere doğru yönelmektedir. Bu durum günümüzde özellikle tekstil, radyo, televizyon, yarı geçişken mikroçipler (semi conductor chips) ve özellikle elektronik ürünlerde görülmektedir (Öztürk, 2009: 44).

Teorideki önemli bir eksikliği Shukla (2008) şu şekilde ifade etmektedir. Günümüz mevcut koşullarında yeni ürünler önceden olduğu gibi belirli ülkeler tarafından (ABD, AB, Japonya vb.) icat edilmeyip, dünyanın pek çok ülkesinde geliştirilebilmektedir. Bir ürün olgunlaşma aşamasına gelmeden ikame ürünler üretildiği için üretim hattından düştüğü gibi karlılığını da yitirmektedir.

1.4. Tercihlerde Benzerlik Teorisi

İsveçli iktisatçı Staffan B. Linçer tarafından geliştirilmiş olan bu teoriye Gelir Teorisi ya da Taleplerin Çakışması Teorisi denmektedir. Linder'e göre teori, aynı gelir düzeyine sahip olan ülke tüketicilerinin mal ve hizmetlere karşı olan tercihlerinin de birbirine benzer olduklarını açıklamaktadır. Dolayısıyla ülkeler arasındaki dış ticaret özellikle zevk ve tercihleri birbirine benzer olan ülkeler arasında gerçekleşmektedir.

Söz konusu teoride piyasa talebi dış ticaretin gerçekleştirilmesinin temel belirleyicisidir. Ayrıca dış ticaretin sadece ülkeler arasındaki faktör donatımı

farklılıklarından değil, aynı zamanda piyasa talebinin ulusal farklılıkları tarafından da belirlenebileceğini açıklanmıştır (Topcu, 2017:28).

Linder geliştirmiş olduğu teoride, esas itibariyle sanayi ürünlerinin daha fazla dış ticarete konu olduğunu belirtmiştir. Ayrıca ülkelerin talep yapısını ve miktarını belirleyen en önemli etkenin fert başına düşen hasıla olduğunu açıklamıştır. Böylece dış ticarete konu olan sanayi ürünlerinin de benzer gelir seviyesine sahip olan ülkeler arasında gerçekleşebileceğini; böylece sanayi ürünlerinin dış ticaretinde talep faktörünün de önemine dikkat çekmiştir. Bu nedenle bu yaklaşımın tamamen talep yönlü bir yaklaşım olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla Linder dış ticaret teorisine talep faktörünü dahil eden ilk iktisatçılar arasında yer almaktadır (Erkök, 2010: 221).

Linder tarafından geliştirilmiş olan Tercihlerde Benzerlik Teorisi'ni, Heckscher –Ohlin Modeli'nden ayıran temel özellikler şunlardır:

- Heckscher-Ohlin Modeli'nde büyümenin dış ticaret üzerinde oluşturacağı etkiye değinilmemiş iken, Linder'e göre; ülkelerin gelir seviyesinde meydana gelen değişime talep yapısıyla birlikte dış ticaretinin de seyrini değiştirecektir.
- Linder'e göre üreticiler üretimini öncelikli olarak ülke içi talebi karşılamaya yönelik yapmaktadırlar. Talebi olmayan malın ise üretimi yapılmaz. Bu kuralın tek istisnası ilksel mallardır. Heckscher –Ohlin Modeli'nde ise; sadece tarım ve hammadde ticaretinde bu kuralın geçerli olduğu belirtilmektedir. Ayrıca mallar homojen olduklarından dolayı ürün geliştirme çabasına da gerek duyulmamaktadır.
- Linder, Heckscher-Ohlin Teorisi'nin ileri sürdüğü dış ticaretin üretim faktörlerinin fiyatlarını eşitleyeceği yönündeki tezini kabul etmemektedir. Ona göre dış ticaret sadece doğal kaynağın karşılığı (fiyatı) olan rantın ülkeler arasında eşit hale gelme eğilimini sağlayabilir.
- Tercihlerde Benzerlik Teorisi'nde ölçüğe göre artan getiriler söz konusu iken, Heckscher-Ohlin Modeli'nde ise ölçüğe göre sabit getiriler söz konusudur (Atik ve Türker, 2011:55).

Ancak Linder'in Teorisi, kendi ülkesi olan İsveç'in dışındaki ülkeler tarafından çok fazla destek almamıştır.

1.5. Ölçek Ekonomileri Teorisi

Günümüzde üretimin çok daha düşük maliyetlerde üretilerek dış ticaret vasıtasıyla dünyanın her köşesinde bulunan tüketicilere ulaştırılması amacıyla firmaların az sayıda birkaç çeşit malın üretiminde uzmanlaşma yolunu tercih ederek, ölçek ekonomilerinden yarar sağlamanın peşinde oldukları görülmektedir.

Ancak bazı mallarda ortalama üretim maliyetleri üretim ölçeğine veya üretim hacmine bağlıdır. Eğer firma üretim ölçeğini-hacmini artırarak ortalama birim başına maliyetlerde düşme sağlamış ise; bu durum üretimde ölçeğe göre azalan maliyetleri veya artan getiri koşullarının oluşumuna sebep olmaktadır. Diğer türlü; üretim ölçeği büyürken ortalama birim başına maliyetler artıyorsa, üretimde ölçeğe göre artan getiri ortaya çıkmaktadır. Bu durumu ancak uzun dönemde ortalama üretim maliyetleri aşağı çekilebilmektedir (Carbaugh, 2016:88).

Önceki bölümlerde açıklamaya çalıştığımız Faktör Donatım Teorisi'ne göre; ilgili ülkelerde malların sabit verim koşullarında üretildiği varsayılmaktadır. Ölçek ekonomilerinde ise, ülkeler her bakımdan birbirleriyle benzer özelliklere sahip olsalar dahi dış ticaret yapabileceklerdir tezi savunulmuştur. Bu durumu esas itibariyle; Heckscher-Ohlin Teorisi'nin açıklayamadığı bir ticaret alanı olarak görülmektedir. Uluslararası ticarete söz konusu ölçek ekonomilerinin önemi oldukça büyüktür. Diğer taraftan ölçek ekonomileri teoride içsel ölçek ekonomileri ve dışsal ölçek ekonomileri olarak iki başlık altında incelenmektedirler. İçsel ölçek ekonomisi; firmanın kendi üretim miktarı artarken birim başına maliyetin düşmesidir. Bunun çok farklı nedenleri olup, en önemlileri kitlesel üretim teknolojisinin kullanılmaya başlaması, emeğin veriminin artması, iş bölümü, uzmanlaşma, yönetim avantajının sağlanması, çoklu girdi alımlarının artırılması nedeniyle girdi fiyatlarındaki düşüşler şeklinde sıralanabilir. Bu duruma en güzel örneği otomobil sektörü oluşturmaktadır. Üretim miktarının, tür ve niteliklerinin artmasıyla birim başına maliyetlerde de ciddi düşüşler ortaya çıkmaktadır.

Dışsal ölçek ekonomileri ise; firmanın bağlı olduğu endüstrinin büyümesiyle, üretimlerde artış meydana geldiği sürece firmanın birim başına maliyetinin düşmesidir. Endüstrinin büyümesi, söz konusu endüstride daha fazla miktarlarda uzmanlaşmış (verimliliği yüksek) işgücünün ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bazı girdilerin dışarıdan daha düşük fiyatla tedarik edilmesi, o endüstrideki firmaların birim maliyetlerinin düşmesine neden olacaktır (Karluk, 2013:158).

Diğer taraftan ölçek ekonomilerinin içsel olması tam rekabet şartlarının bozulmasına ve eksik rekabet piyasalarının oluşumuna neden olmaktadır. Eksik rekabet piyasalarında faaliyet gösteren bir firma üretmiş olduğu malın üzerinde monopolcü güce sahip iken tam rekabet piyasalarında firmanın fiyat üzerinde kontrol gücü yoktur. Burada ürünün fiyatını piyasa (toplam arz ve talebe göre) belirlemektedir. Ayrıca içsel ölçek ekonomilerinde büyük ölçekli üretim yapan firmalar küçük ölçekli firmalara göre büyük bir maliyet avantajına sahiptirler. Bu nedenle firmaların bir an önce pazardan daha fazla pay almak amacıyla ihracat

yapmaya yöneldikleri görülür. Böylece her firma üretim hacmini artırırken aynı zamanda birim başına düşen maliyetini de düşürmüştür.

Dışsal ölçek ekonomilerinde ise tam rekabet şartları geçerli olduğu için, endüstrideki genişleme tüm firmaların birim başına maliyetlerini düşürmektedir. Ölçek ekonomilerin dışsal olduğu bir endüstri birçok küçük firmadan oluşmaktadır. Fiyat veri olarak alınmakta ve tam rekabet şartları geçerlidir (Seyidoğlu, 2013: 107).

Sonuç itibarıyla ölçek ekonomileri uluslararası ticaret açısından önemli sonuçların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Şöyle ki; ölçeğe göre artan getiri şartları altında, ülkeler geniş bir pazara sahip olan birkaç endüstri üzerinde uzmanlaşarak bu endüstride ürettikleri malların ihracatını yapabilmektedirler. Ülkeler diğer ürünleri veya aynı ürünün diğer çeşitlerini farklı ülkelerden de ithal edebilmektedirler. Böylece ülkeler ve firmalar içsel ve dışsal ölçek ekonomilerinin sağlamış olduğu tüm olanaklardan yararlanarak ihtiyaç duymuş oldukları malı/malları daha düşük fiyattan satın alabileceklerdir.

Küçük ülkeler açısından değerlendirilecek olunursa bu ülkeler ancak ihracat pazarına üretim yaparak ölçek ekonomilerinden yararlanabilirler. Yine tüketiciler açısından değerlendirecek olunursa çok daha fazla çeşide sahip olan malları tüketme olanağına sahip olacaklardır. Sonuç olarak; ölçek ekonomileri sayesinde ülkelerin bazı mallar ve mal türlerinde büyük çapta üretim yapmalarına, üretmiş oldukları malların üretiminde uzmanlaşmalarına ve dış ticarete daha avantajlı hale gelmelerine zemin hazırlamıştır.

1.6. Monopolcü Rekabet Teorisi

Söz konusu teori ilk kez 1930'lu yıllarda Edward H. Chamberlin tarafından ortaya atılmıştır. Chamberlin'e göre; piyasaya yeni giren bir firmanın üretmiş olduğu malların endüstride faaliyet gösteren diğer firmaların mallarından farklıdır. İlerleyen yıllarda ise (1970) Spencer, Stiglitz, Lancaster gibi ekonomistler bu teoriyi geliştirmişlerdir. 1985'li yıllara gelindiğinde ise Helpman ve Krugman dış ticaret teorisine sentez yaklaşımını dahil etmeyi başarmışlardır. Ayrıca bu yaklaşım Klasik dış ticaret teorilerini hükümsüz kılmamış olup, dış ticaretin sadece nispi faktör zenginliklerine veya karşılaştırmalı üstünlüklere de dayandırılmamıştır. Bunlara ilave olarak ölçek ekonomileriyle birlikte azalan üretim maliyetleri de ülkelerin birbirleriyle dış ticaret yapmasını belirleyen önemli faktörler olarak görmüşlerdir (Çelik, 2008:152).

Diğer taraftan gerek faktör donatım teorisinde gerekse diğer standart uluslararası dış ticaret teorilerinin hemen hemen hepsinde ticarete konu olan malların homojen (türdeş) oldukları varsayılmıştır. Bu durum gerçekte mal ve faktör piyasalarında tam rekabet şartlarının geçerli olduğu varsayımına

dayandırılmasının bir sonucudur. Oysa homojenlik aynı malın bir ülke tarafından üretilip hem ihraç hem de ithal edilmesinin mümkün olmayacağı anlamına gelmektedir. Gerçek hayatta ise tam rekabetin aksine, aksak rekabet piyasası ile farklılaştırılmış birçok mal vardır. Bu mallar arasında özellikle sanayi mallarının büyük bir çoğunluğunun homojen olmadıkları bilinmektedir. Söz konusu malların bileşimleri, kullanım durumları, görünüşleri aynı olsa da üretici firmaların markası nedeniyle o malın diğer mallardan çok farklı olduğu tüketicilerin bilinç altına yerleştirilmeye çalışılmaktadır. Bu durum söz konusu malı diğer mallardan farklı kılmaya yeterli gelmektedir. Örnek olarak, otomobil endüstrisi, televizyon, telefon, yoğun sermaye ve teknolojiyle üretilen tüm sanayi mallarında bu durum açıkça görülmektedir.

Dolayısıyla son yıllarda dış ticaretin büyük bir kısmı eksik rekabet piyasası şartları altında (özellikle monopolcü rekabet piyasası) işlemektedir. Ayrıca Faktör Donatım Teorisi ve Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'nde belirtildiği gibi, dış ticaretin daha çok sanayileşmiş olan ülkeler ile az gelişmiş olan ülkeler arasında yapılması sonucundaki değişimleri açıklamakta iken; monopollü rekabet hipotezi ise aynı faktör donatımına sahip olan sanayileşmiş ülkelerin kendi aralarında yoğun olarak gerçekleştirmiş oldukları iki yönlü ticareti açıklamak için geliştirilmiş olan bir teoridir (Seyidoğlu, 2009: 108; Çelik, 2008: 152).

1980 sonrasında Monopolcü Rekabet Teorisi'yle ilgili çalışmalara ağırlık veren başta Krugman olmak üzere Lancaster (1980), Helpman (1981) olmak üzere bazı iktisatçıların dış ticaret teorisinde monopolcü rekabetin etkilerini analiz etmişlerdir. İnceleme sonucunda elde edilen bulgulardan birisi; ülkeler arasında yapılan dış ticaretin büyük bir bölümünün benzer faktör donatımıyla birlikte birbirine çok yakın benzer teknoloji seviyesine sahip olan gelişmiş ülkeler arasında gerçekleştirildiği ortaya çıkarmışlardır.

1.7. Taşıma Giderleri ve Dış Ticaret Teorisi

Uluslararası Ticaret Teorisi analizlerinde genellikle taşıma giderlere dikkate alınmayarak sıfır olduğu kabul edilmektedir. Oysa günlük yaşamda üretimi yapılan bir malın ihracatçıdan ithalatçıya ulaştırılması (gerek ülke içindeki bir bölgeden diğer bölgeye veya bir ülkeden bir başka ülkeye) ciddi taşıma giderlerinin oluşumuna sebep olmaktadır. Bu durum ihracata konu olan malın maliyetini artırırken dış ticaret hacminin de küçülmesine neden olabilmektedir.

Taşıma giderleri genel anlamda; insanlardan tutunuz da eşyaların, haberlerin, bir takım mal ve hizmetlere varıncaya kadar her türlü nesnenin bir yerden başka bir yere ulaştırılmasını sağlayan ve karşılığında bir bedel ödenen tüm masrafları kapsamaktadır. Dış ticaret yapan ülkelerin alt yapısı tamamlanmış, iyi bir ulaştırma ağına sahip olması taşıma giderlerini de minimize edeceğinden dolayı

gerek ihracatçı firmaların gerekse ülke ekonomisinin kayda değer büyüme sağlamasıyla birlikte sosyal, siyasal ve kültürel yönden de gelişmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Başka bir ifade ile ulaştırma/taşıma giderlerindeki maliyet minimizasyonu bir taraftan dış ticaret hacminin ve ihracat gelirinin artmasına, diğer taraftan ise ekonomik büyüme ve gelişme amaçlarının gerçekleştirilmesine önemli katkılar sağlamaktadır (Nalçakan, 2003: 5).

Son yıllarda diğer pek çok alanda olduğu gibi ulaştırma sektöründe de görülen teknolojik gelişmeler (soğuk hava tertibatlı kamyonlar, gemiler, uçaklar, büyük trans Atlantik gemileri vs.) taşıma giderlerinin önceki yıllara göre ciddi anlamda düşmesine neden olmuştur. Bu durum daha önce dış ticarete konu olamayan malların da ticarete dahil olmasını sağlamıştır.

Bazı malların taşıma giderlerinden dolayı ticaret dışı kalmalarının nedenleri ise şu şöyle sıralanabilir: a) Ağırlığı fazla olup, değerinin düşük olması, b) hacmi fazla olup değerinin düşük olması, c) taşınması mümkün olmayan mallar olması, d) taşınmayan hizmetler ve fiyatı düşük hizmetler olmasıdır.

Taşıma giderleri, sanayilerin ülke içinde veya ülkeler arasında kuruluş yerleri üzerinde de etkisini göstermektedir. Bu bakımdan kuruluş yerlerinin seçimi ise üç başlık altında toplanmıştır. Bunlar;

- a) Hammadde kaynağına yönelik kuruluş yeri,
- b) Pazara yönelik kuruluş yeri,
- c) Kuruluş yerinin önemsiz olduğu mallar (Çelik, 2008:156-157).

Sonuç itibarıyla taşıma giderlerinin uluslararası ticaretin hacmi üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Taşıma giderleri ile diğer engellerin bulunmaması durumunda aynı mal için bütün dünya ülkelerinde aynı fiyat geçerli olacaktır (Tek Fiyat Kanunu) ancak böylesi bir durumun günümüz koşullarında gerçekleşmesi mümkün görülmemektedir.

1.8. Endüstri İçi Ticaret ve Ölçülmesi

Uluslararası ticaret ve üretim istatistiklerine yönelik yapılan ampirik gözlemler incelendiğinde, son elli yılda uluslararası ticaretin yapısını açıklama da geleneksel klasik dış ticaret teorilerinin yetersiz kaldığı net olarak anlaşılmıştır. Bu durumda ise dış ticaretin yapısını analiz etme noktasında yeni dış ticaret teorileri geliştirilmiştir.

Günümüzde dış ticaretin yapısal analizi incelendiğinde ise, ticaretin aksak rekabet piyasası (özellikle monopollü rekabet piyasası şartları altında) ve endüstri içi ticaret şeklinde gerçekleştirildiği görülmektedir. 1960'lı yıllardan itibaren geleneksel dış ticaret teorilerinin varsayımlarından olan ölçeğe göre sabit getiri, yerini ölçeğe göre artan getiri ve eksik rekabet piyasalarına bırakmıştır. Ülkeler faktör donatımlarına veya karşılaştırmalı üstünlüklerine göre

uzmanlaşmamaktadırlar. Bu arada ülkeler bir malın hem ihracatçısı hem de ithalatçısı olabilmektedirler. Dış ticaretin yapısı incelendiğinde ise, çoğunlukla benzer gelişmişlik düzeyine sahip olan ülkeler arasında gerçekleştiği görülmektedir (Yılmaz, vd., 2014: 367-382).

Günümüzde özellikle sanayi ürünleri ticaretinin yapılaş şekli incelendiğinde büyük bir çoğunluğunun endüstri için ticaret şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Endüstri içi ticaret bir ülkenin aynı endüstriye ait olan malları hem ihraç hem de ithal etmesi şeklinde yapılan ticarettir. Bu ticaret şekli günümüzde özellikle sanayileşmiş ülkeler arasında çok yaygın bir şekilde uygulanmaktadır. Bu tür bir ticaretin ortaya çıkmasında ölçek ekonomilerinin ve mal farklılaştırmasının rolü büyüktür (Seyidoğlu, 2009: 112).

Endüstri İçi Ticaretin Yapılış Nedenlerini ise şu başlıklar altında toplamak mümkündür;

- Endüstri-içi ticaret gelişmiş olan ülkeler arasında (özellikle kişi başına düşen milli geliri birbirine yakın olanlar) yoğun olarak gerçekleştirilir.
- Genellikle iç pazar hacmi geniş olan ülkeler arasında yapılıyor olsa da küçük pazara sahip olan ülkeler geniş dış piyasalara üretim yapabiliyorlarsa bu ülkelerde endüstri içi ticaret yapılabilir.
- Dış ticarete herhangi bir kısıtlamanın olmadığı ülkeler arasında yapılır.
- Taşıma giderlerini ortadan kaldırmak (minimize etmek) amacıyla birbirine sınırı olan ülkeler arasında yaygın olarak gerçekleştirilir.
- Mal farklılaştırmasından dolayı fiyat farklılıklarının çok olduğu mallarda çokça yapılır.
- Üretiminde yoğun olarak sermayenin kullanıldığı ve üretim sürecinin uzun dönemde gerçekleştiği mallarda daha fazla görülür.
- Olgunlaşma aşamasında olan mallar bu tür ticarete daha fazla konu oluşturlar.
- Teknoloji bakımından mal farklılaştırmasına konu olan mallar bu tür ticaretin içinde yer alırlar.
- Endüstri-içi ticaret monopollü rekabet piyasalarında daha fazla görülür.
- Çok uluslu şirketlerin piyasada monopol konumuna geldiği durumlarda yaygın olarak endüstri içi ticaretin yapıldığı görülmektedir.

Endüstri İçi Ticaretin Ölçülmesi:

Endüstri içi ticaretin ölçülmesinde literatürde yaygın olarak kullanılan Grubel-Lloyd ölçüm yöntemidir. Bu endekslerden Balassa ve Grubel-Lloyd endeksi EİT'in statik ölçümleri için kullanılırken; Hamilton-Kniest Endeksi, Greenaway-Hine-Milner-Elliot Endeksi ve Brühlhart Endeksi EİT'in dinamik ölçüm

yöntemleridir. Bunların dışında literatürde yaygın olarak kullanılan birçok ölçüm yöntemi olsa da bu yöntemler birçoğu tarafından eleştirilmiştir.

Endüstri-içi ticareti (T) ölçmede yaygın olarak kullanılan Grubel-Lloyd İndeksi'nin formülü ise aşağıdaki gibidir.

$$E_{it}=1-\frac{|X_{ij}-M_{ij}|}{(X_{ij}+M_{ij})}$$

Formüldeki;

E_{it} = Endüstri içi ticaret katsayısını,

X_{ij} = j ülkesinin, i malı ihracatını,

M_{ij} = j ülkesinin i malı ithalatını,

$X_{ij}+M_{ij}$ = j ülkesinin i malındaki dış ticaret hacmini,

$|X_{ij}-M_{ij}|$ = j ülkesinin i malındaki dış ticaret açığı veya fazlasını

göstermektedir.

Grubel-Lloyd İndeksi endüstri içi endeksi, aynı endüstrideki çift yönlü ticareti göstermektedir. Buna göre İndeks 0 ile 1 arasında değişen değerler olmalıdır. Eğer ülke, söz konusu malı yalnızca ithalatını veya yalnızca ihracatını yapıyorsa (diğer bir ifade ile endüstri-içi ticareti yok ise) indeks sıfırdır. Şayet aynı malın ithalatı ile ihracatı birbirine eşit ise, indeks değeri 1 olur. Bu durumda endüstri-içi ticaret maksimum seviyeye ulaşmıştır. Buna göre indeks 1'e yaklaştıkça endüstri-içi ticaret artış gösterirken; indeks 1'den uzaklaştıkça endüstri-içi ticaret azalmaktadır (Mangır ve Fidan, 2017: 47).

Söz konusu indeks, bireysel endüstriler arasında olduğu kadar ülkeler arasındaki endüstri-içi ticaret karşılaştırmalarında da kullanılmaktadır. Ancak ülkeler arasındaki endüstri-içi ticarete kullanılabilmesi için bireysel endüstrilere göre hesaplanan indekslerin toplamalarını göz önünde bulundurmak gerekir. Böylesi bir durumda ise indeksin formülü şu şekildedir (Seyidoğlu, age.:113).

$$T = 1 - \sum \frac{|X-M|}{X+M}$$

Son yıllarda dış ticaret hacminde meydana gelen artışlar endüstri-içi ticaret hacmiyle birlikte bu konuda yapılan akademik çalışmaların da artmasına neden olmuştur.

1.9. Çekim (Gravity) Modeli

Çekim Modeli'nin ortaya çıkmasına pek çok araştırmacının öncülük ettiği görülmüş olsa da modelin matematiksel formülasyonunu ilk tasarlayan ve uygulamasını yapan Jan Tinbergen'dir. Hollandalı bir iktisatçı olan Tinbergen

1960 yılında yayımlanmış olduğu “Sprint The World Economy: Suggestion For an International Economy Policy” başlıklı kitabının alt bölümlerinde yer alan formülasyonu literatürde Çekim Modelinin ilk kullanımı olarak genel kabul görmüş ve benzer çalışmalara da referans olmaya başlamıştır (Dinçer, 2013: 51).

Çekim Modeli'nin altyapısı ile ilgili gelişmeler incelendiğinde ise; 1962 yılında Tinbergen'in Newton'un Çekim Yasası'nı, ekonomi alanında, uluslararası ticaret akımlarının işleyişine uyarlamasıyla modelin temelini atmıştır. Daha sonraki yıllarda birçok araştırmacının bu yöneme başvurduğu literatür incelemelerinde görülmektedir.

Tinbergen geliştirmiş olduğu Çekim Modeli hipoteziyle ülkelerin potansiyel dış satım hacimleri ile fiili dış satım hacimleri arasındaki farkın hesap edilmesi, dış satımın temel belirleyicilerinin açığa çıkarılması açısından atılacak ilk adımdır (Tinbergen, 1962: 262).

Böyle bir hesaplama yöntemiyle de ihracat yapan ülkenin, ithalatta bulunduğu ülkelerde ayrıcalıklı işlemlere tabi olup olmadıklarını ortaya çıkaracağı gibi; dış ticaretin ülkeler arasındaki farklılıklarının nedenlerini araştırmak için de zemin oluşturacağı kanaati hasıl olmuştur. Ayrıca Tinbergen tarafından yapılmış olan uluslararası ticaret analizlerinin birinci aşamasında; bir ülkeden diğer ülkeye yapılan toplam ihracat (dış satım) düzeyini az sayıdaki ancak önemli değişkenlerle açıklamıştır.

Tinbergen tarafından (1962)'de ilk kez ortaya atılmış olan Çekim Modeli esas itibariyle Newton'un Çekim Yasası'ndan alınmış olup; bu yasaya göre modelin formülasyonu şöyledir,

$$1) \quad F_{ij} = G \frac{M_i M_j}{d_{ij}^2}$$

1) Numaralı Denklemden;

F_{ij} : i ve j cisimleri arasındaki çekim kuvvetini,

M_i : i cisminin kütlelerini,

M_j : j cisminin kütlelerini,

G: Evrensel çekim sabitini

d_{ij} : i ve j cisimleri arasındaki uzaklığı ifade etmektedir.

Newton'un Evrensel Kanunu'na göre; iki kütle arasındaki çekim gücü kütlelerin büyüklüğü ile doğru, aralarındaki mesafenin karesi ile ters orantılıdır. Bu kanundan esinlenerek Çekim Modeli'ni oluşturan Tinbergen; uluslararası ticarete kütleler arasındaki çekim kuvveti yerine ticaret akımlarını dikkate almaktadır. Dolayısıyla çekim kuvvetini yansıtan (1) numaralı denklem, dış

ticaret akımlarını analiz etmek için kullanılan aşağıdaki (2) numaralı denkleme dönüşmüştür.

$$2) T_{ij} = A \frac{GDP_i \cdot GDP_j}{d_{ij}^2}$$

2) Numaralı Denklemden;

T_{ij} : i ve j ülkeleri arasındaki dış ticaret akımını,

GDP_i : i ülkesinin GSYH'sını,

GDP_j : j ülkesinin GSYH'sını,

A: Sabit,

d_{ij} : i ve j ülkeleri arasındaki uzaklığı ifade etmektedir.

2 Numaralı denklem, ülkeler arasındaki ticaret akımlarının; ülkelerin gelir seviyeleri ile doğru, ülkeler arasındaki mesafe /uzaklık ile ters orantılı olduğunu açıklamaktadır (Batmaz, 2021: 329).

Tinbergen tarafından ortaya konan Çekim Modeli; ilk olarak uluslararası dış ticaret akımlarında kullanılmıştır. Modele Göre; dış ticaret ülkelerin ekonomik büyüklükleri ile yine ülkeler arasındaki coğrafi uzaklıklar göz önünde bulundurularak açıklanmıştır. Konuyla ilgili yapılmış olan birçok çalışmanın sonucunda ülkeler arasında gerçekleştirilen dış ticareti etkileyen pek çok unsur olmasına rağmen, bunlardan hiçbirisi şu üç değişkenin sahip olduğu kadar belirleyici etkiye sahip değildir (Tinbergen, 1962: 263).

Söz konusu bu üç değişken şunlardır;

1. Bir ülkenin sahip olduğu dış satım/ihracat potansiyeli, ülkelerin ekonomik büyüklüğü ile doğru orantılıdır,
2. Bir ülkenin gerçekleştirdiği ihracatı, ithalatçı ülkenin ekonomik büyüklüğüne bağlıdır.
3. Ticaret hacmiyle ulaştırma (taşıma giderleri) arasında güçlü ve negatif yönlü bir ilişki söz konusudur. Ayrıca dış ticaret yapan ülkeler arasındaki uzaklık /mesafe arttıkça ulaştırma maliyetleri artar. Bu durum söz konusu malın maliyetinin artmasına neden olur.

2. Dış Ticaret Politikası

Dış ticaretin tarihi süreç içindeki başlangıcı Klasik Doktrin'den önce genel kabul görmüş olan Merkantilizmle XV. yüzyılın ortalarında başlamıştır. Ancak dış ticaretin gerek hacim/boyut olarak gerekse dünya genelinde yaygınlaşmaya başlaması Merkantilizme tepki olarak ortaya çıkan Klasik Liberalizmin, ya da Klasik İktisat Ekolü'nün doğuşunu sağlayan Adam Smith'in 1776 yılında

yayınlanmış olduğu Ulusların Zenginliği adlı eserindeki Mutlak Üstünlük Teorisi ile başlamıştır.

Bu süreci, David Ricardo tarafından (1817 yılında) ortaya atılan Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi takip etmiştir. Ricardo Modelinde birtakım eksikliklerin olduğunu tespit eden Neo-Klasik İktisatçılar ise emek maliyeti yerine tüm faktörleri kapsayan fırsat maliyetine dayalı karşılaştırmalı üstünlükleri geliştirmişlerdir. Bunu, uluslararası ticarete göreceli fiyatların (denge dışı ticaret hadlerinin) nasıl oluştuğuna yönelik John Stuart Mill tarafından geliştirilen (1806-1876) Karşılıklı Talep Kanunu takip etmiştir. Mill, Ricardo modelinde, iç maliyet oranlarının belirlemiş olduğu sınırlar arasında, ticaret hadlerinin hangi düzeyde oluşacağını göstermiştir. Marshall ise (1842-1924) geliştirmiş olduğu Teklif Eğrileri ile Mill'in Karşılıklı Talep Teorisi'nin, uluslararası denge fiyatlarının oluşumunda talep koşullarını analizine dahil etmesi bakımından dış ticaret teorisine önemli bir katkı sağladığını; ancak konunun genel hatlarıyla ele alınmadığını iddia etmiştir. Ayrıca Mill'in analizlerini yeterli bir derinliğe kavuşturamadığını, bu nedenle konunun daha iyi ve derinlemesine analiz edilebilmesinin teklif eğrileriyle sağlandığını belirtmiştir (Seyidoğlu, 2009: 24-80).

1920'li yıllara geldiğinde de ise Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Heckscher-Ohlin tarafından geliştirilen Faktör Donatım Teorisi ile farklı bir şekilde ele alınmıştır. Heckscher'in 1919 yılında yayınlanmış olduğu Faktör Oranları Teorisi'ndeki birtakım eksiklikleri fark eden öğrencisi Ohlin 1933 yılında yayınlamış olduğu kitabında bu eksikliklere açıklık getirdiğinden dolayı teoriye Heckscher-Ohlin Faktör Donatımı Teorisi denmeye başlanmıştır. Teori, Klasik Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'nin yurt içi üretim maliyetlerindeki farklılıklarının nedenini ülkelerdeki emek verimliliğindeki farklılıkların nedenini ülkelerdeki emek verimliliğindeki farklılıklardan kaynaklandığını belirtmiş olmalarına rağmen; emek verimliliğinde farklılıklar doğuran etmenler üzerinde durmadıklarını belirtmişlerdir. Nitekim A.Smith, Ricardo ve Mill'in hemen hemen hiçbir zaman bu soruyu gündeme getirmediği ifade etmişlerdir. Nitekim Wassily Leontief, bu durumu ABD ekonomisinde Leontief Paradoksu olarak literatüre geçen bu yöntemle incelemiş ve sonucun beklentilerin tam tersi çıkmasıyla ciddi tartışmaları da beraberinde getirmiştir (Kaymakçı, vd., 2007: 12).

1960'lı yıllara geldiğinde ise, dünyada küreselleşme oluşumlarının da hız kazanmasıyla birlikte uluslararası ticaretin yararlarını açıklamaya yönelik yeni (modern) dış ticaret teorileri ve hipotezlerin ortaya atıldığı görülmektedir. Bunlar Nitelikli İşgücü Teorisi, Teknoloji Açığı Teorisi, Ürün Dönemleri Teorisi, Tercihlerde Benzerlik Teorisi'nden tutunuz da ölçek ekonomileri monopollü

rekabet, taşıma giderleri ve dış ticaret teorisine varıncaya kadar geliştirilmiş olan teorilerdir. Söz konusu bu yeni (modern) teoriler hakkında çalışmamızın başında yeterli açıklamalarda bulunduğumuz için tekrardan kaçınmak amacıyla burada ayrıca yer verilmeyecektir. Ancak yeni dış ticaret teorileri Klasik İktisatçıların ileri sürmüş oldukları bazı temel varsayımların aksine; eksik rekabet ile ölçek ekonomileri ve ürün farklılaştırmasının dış ticaretin önemli belirleyicileri olduğu görüşünü savunmaktadırlar. Ayrıca emeğin niteliği, yeni teknoloji ve yeniliklerin tamamıyla birlikte bilginin dış ticarete büyük öneme sahip olduğunu vurgulayarak ülkelere karşılaştırmalı üstünlükler sağladığı sonucuna ulaştırmıştır.

Buraya kadar yapmış olduğumuz açıklamalarda XV. yüzyıldan günümüze kadar dış ticarete yönelik ortaya atılan teorileri –hipotezleri kısa da olsa gözlemlemiş olduk. Ortaya atılan tüm teorilerin-hipotezlerin (Merkantilizm düşünce akımı hariç) her birisinin kendisinden bir önceki dönemde ortaya atılmış olan teorilerin eksikliğini giderecek şekilde geliştirildiğini; ortak amacın ise, uluslararası ticaretin, dış ticarete bulunan ülkelerin makro ölçekte refah seviyesini artıracak tezini savundukları görülmektedir. Ancak hangi hipotezin hangi koşullar altında uygulanabileceğini iyi analiz etmek gerekmektedir (Keşap ve Sandalcılar, 2021: 257-287).

Sonuç itibarıyla dış ticaret politikasının (trade policy) tanımı en yalın haliyle dolaysız olarak şu şekilde yapılmaktadır. Hükümetlerin ülkenin doğrudan dış ticaret akımlarını teşvik etmek, sınırlandırmak ve bu işlemlerin yapılış şekillerini/yöntemlerini düzenlemek için almış oldukları sistematik önlemlerdir. Tanımdan da anlaşılacağı gibi dış ticaret politikası uygulaması, ithalatı kısıtlamak veya teşvik etmek şeklinde uygulanabileceği gibi; ihracatı teşvik etmek veya sınırlandırma getirmek amacıyla da gerçekleştirilebilmektedir (Seyidoğlu, age.: 139).

Ayrıca dış ticaret politikası gerek ekonomi politikasının önemli bir amacı olup, ülkenin izlemiş olduğu başta para ve maliye politikaları olmak üzere, diğer tüm politikalarıyla uyum, ahenk içinde olması gerekir. Çünkü ülke içinde izlenen iç ekonomi ile ilgili politikalar dış ticaret üzerinde olumlu/olumsuz etki de bulunabileceği gibi çeşitli politikalar arasındaki ilişkiler genel ekonomi politikasıyla da uyumlu olacak şekilde düzenlenmeye çalışılır. Dış ticaret politikasının amaçları ve araçları ise bir sonraki alt başlığımızda yer almaktadır.

2.1. Dış Ticaret Politikasının Amaçları

Uluslararası ticaret teorisi analizleri dikkatlice incelendiğinde çıkartılabilecek önemli sonuçlardan ilki, dünyada üretimi gerçekleştirilen mal ve hizmetlerin uluslararası uzmanlaşma ve serbest ticaret koşulları altında maksimum seviyeye

ulaşacağı tezidir. İkincisi ise, serbest ticaretin büyüme ve refah etkileri yanında her ülke için benzer sonuçları sağlayıp sağlamayacağına dair endişelerin artmasıyla, korumacı görüşler yaygın bir hal almaya başlamıştır. Bu bakımdan ülkeler açısından hangi tür dış ticaret politikasının izlenmesi gerektiği büyük önem arz etmektedir. Bu durum özellikle geri kalmış ve gelişmekte olan ülkeler açısından kalkınma ve büyümenin lokomotifi olarak görülen yeni teknolojiler geliştirilmesi, üretim faktörlerinin üretime dahil edilmesi kadar, izlenecek olan dış ticaret politikası da büyük önem arz etmektedir.

Dış ticarete korumacı yanlısı görüşlerin ortaya çıktığı dönemdeki dış ticaret politikası amaçları ile hali hazırdaki durum karşılaştırıldığında kayda değer değişimlerin olduğu açıktır. Ancak XVIII. ve XIX. yüzyılda ortaya atılmış olan korumacı dış ticaret politikalarının temel dayanaklarını ve popülerliklerini hala korudukları görülmektedir. Başta Hamilton ve List'in görüşleri ekseninde şekillenmiş olan dış ticarete korumacılık yanlısı politikaların temelinde, kalkınma ve büyümeyi hedefleyen az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş olan ülkelerin sanayi üretimindeki verimlilikleriyle, (yeni teknolojiler, ölçek ekonomileri, endüstri dışı üretim, yetişmiş işgücü vb.) rekabet gücüyle baş edemeyeceklerini; bu nedenle rekabet edebilme aşamasına gelinceye kadar bu ülkelerin (AGÜ-GOÜ) sanayilerini dış rekabete karşı korunması gerektiği görüşü savunulmuştur (Yılmaz, 2016:113-115).

Diğer taraftan dış ticaret politikasında korumacılığın; geçici olması yanında sektörel seçiciliğe, yerli yerli sanayiye dış rekabete karşı korumaya ve aynı zamanda da hazineye gelir sağlamayla birlikte diğer bazı önemli işlevleri de yerine getirdiğın belirtmek gerekir. Ülkenin dış ticaret politikasını belirleme yetkisine sahip olan hükümetin dış ticaret ilişkilerine müdahalede bulunmasına yol açan bazı önemli nedenler dış ticaret politikasının amaçları olarak tanımlanmış olup, bu amaçları şu şekilde sıralayabiliriz.

2.1.1. Dış Ödeme Dengesizliklerinin Giderilmesi

Ülkelerin ödemeler bilançosu; bir ülkedeki birey ve kurumların diğer ülkelerdeki bireylerde ve kurumlarla yaptığı tüm ekonomik-mali işlemleri gösteren bir hesap hülasası/muhasebe tablosudur. Ayrıca ülkenin uluslararası alandaki ekonomik ve mali itibarının göstergesidir. Ödemeler bilançosundaki bilgiler sadece yurt içindeki girişimcileri, bankaları, ekonomistleri ve dövizle işlem yapacak olanlar tarafından dikkatlice izlenmektedir.

Dış ödemeler bilançosundaki dengenin sağlanmasına yönelik ilgi, esas itibarıyla dış ticaret politikasının temel amaçlarından birisi olup XVII ve XVIII. asırdaki Merkantilist düşüncenin de temel tezini oluşturmaktadır. Sanayi Devrimi sonrası Klasik Liberalizmle birlikte, dış ticaretteki koruyucu politikalardan

vazgeçilmeye başlanmıştır. Dış ticaretteki serbestleşme çabaları günümüzde de hızlı bir şekilde devam etmektedir. 1980'li yıllardan itibaren ise serbest ticaret ile esnek döviz kur rejiminin hemen hemen tüm ülkeler tarafından benimsenip uygulandığı görülmektedir (Srinivasan ve Bhagwati, 1980: 345).

Dış ticaret ve döviz kuru rejimindeki serbestleşme özellikle dış ticarete aşırı derecede bağımlı hale gelen az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından dış ticaret açığı sorunlarının başlamasına neden olmuştur. Çünkü bu ülkelerin ihracatı, ithalata bağımlı hale gelmiş olup dış dengeyi sağlamaları ise neredeyse olanaksız bir hal almıştır. Dış açık veren ülkeler bu konuda büyük bir baskı altına girmiş durumdadırlar. Dolayısıyla bu ülkelerde izlenen dış ticaret politikasının amaçlarından belki en önemlisi ülkede kıt olan döviz gideri doğuran tüm işlemlerin minimum seviyeye düşürülmesi; döviz kazandırıcı işlemlerin ise özendirilmesi, teşvik edilmesiyle birlik gerek dış ticaret bilançosu gerekse ödemeler bilançosundaki açıkların giderilmesidir (Seyidoğlu, 1999: 382-391).

Bu kapsamda dış ticaret açıklarının ve dış dengenin sağlanmasına yönelik olarak literatürde Keynesyen, Parasal ve Esneklikler yaklaşımı olmak üzere üç temel yaklaşımın öne çıktığı görülmektedir. Keynes'e göre; bütçe açıkları veya fazlalıkları dış dengeyi belirlemektedir. Dış açıkların kapatılmasında maliye politikasının etkili olduğunu savunmuştur. Parasal yaklaşıma göre ise; cari açığın sebebinin aşırı para arzı olduğunu ve para politikasının cari açıkları kapatmada en etkili iktisat politikası olduğu tezi savunulmuştur. Esneklikler yaklaşımına göre ise; döviz kuru dış dengenin belirlenmesinde temel unsur olup, dış açıkların giderilmesinde kur ayarlamaları etkin bir politika aracıdır (Utkulu, 2001:114).

2.1.2. Dış Rekabetten Korunma

Serbest dış ticaretin karşısı korumacılıktır. Korumacılık esas itibariyle ülke içerisinde faaliyet gösteren yerli üreticilerin dış piyasalarda faaliyet gösteren çok uluslu şirketlere karşı korunması amacıyla izlenen dış ticaret politikası amaçlarından birisidir. Korumacılığa dayalı dış ticaret politikası araçları ise; gümrük tarifeleri, kotalar, sübvansiyonlar, çoklu kur uygulamaları ve ithal yasakları şeklinde sıralanabilmektedir. Bu tür uygulamalar ile ülkeler bir taraftan yerli üretimi dış piyasalardaki aşırı rekabete karşı korurken diğer taraftan da üreticilerin ölçek ekonomilerinden yararlanabilmelerine olanak tanımış olmaktadır.

Dış ticarete korumacılığın yapılmasına yönelik farklı gerekçelerin ileri sürüldüğü görülmektedir. Ulusal savunma, iktisadi kalkınma, dampingin önlenmesi, istihdamın artırılması, ticaret hadlerinde iyileşme sağlanması, dış piyasalarda pazarlık gücünün artırılması, belirli meslek veya bebek endüstrilerin korunması bu gerekçelerden bazılarıdır (Özay, 2015:23-25).

Dış ticarete korumacılığı karşı çıkanların gerekçeleri ise gerek yurtiçi gerekse uluslararası ekonomide adil ticaret ortamının bozulmasıyla yapılmasına neden olacağı endişesidir. Nitekim günümüzde bu durum çok yaygınlık kazanmış olup; özellikle sanayileşmiş olan ülkelerin gelişmekte olan ülkelere karşı (yoğun emek gerektiren ürünlerde; tekstil, gıda ürünleri sektörleri ve tarım ürünleri başta olmak üzere) yürütmüş oldukları koruyucu politikalar bu duruma en güzel örneği teşkil etmektedir.

2.1.3. Ekonomik Kalkınma

Kalkınma sürecinde olan ülkeler açısından dış ticaret kadar önem arz eden diğer bir konu da izlenen dış ticaret politikalarıdır. Dış ticaretin katkısı olmadan kalkınmanın sağlanamayacağı yaygın bir görüştür. Ancak kalkınmakta olan ülkeler dış ticaret politikalarını belirlerken sanayileşme stratejilerini bir aracı olarak kullanırlar. Söz konusu bu ülkeler genelde ithal ikameci sanayileşme stratejilerini belirleyerek yerli sanayiye dış rekabete karşı belirli bir olgunluk aşamasına ulaşıncaya kadar koruma altına almış olurlar. İthal ikameci politikası olarak da bilinen bu politika ile; bir yandan ithal edilecek olan mallara yüksek oranlı gümrük vergisi, kota, tarife ve tarife benzeri diğer kısıtlama araçları uygulanırken, diğer yandan da yurt içindeki üretimi artırmak için üreticiler teşvik edilir. Böylece yerli üretici dış piyasaların rekabetinden korunurken, ithal edilen malların ise yurt içinde üretilmesi sağlanmış olmaktadır.

İhracata dayalı sanayileşme politikası izleyen ülkelerdeki amaç ülke kaynaklarının önemli bir kısmının ihracata yönelik üretim yapan sektörlerle aktarılmasıyla, yurt içinde üretilecek olan malların ihracatlarının artırılmasıdır. (Yılmaz, 1985).

Bu bağlamda stratejinin etkin kullanımı için, ülkelerin hangi malları ithal, hangi malları ihraç edeceği dolayısıyla da hangi sektörlerde uzmanlaşmaları gerektiği detaylı bir şekilde belirlenmelidir. Böylece sınırlandırılmış iç piyasa engeli ortadan kalkmakla birlikte optimum ölçekte üretim hacmine ulaşılmış olunacaktır. Bu sayede üreticiler daha düşük fiyatla dış pazardan elde edecekleri ucuz girdi ile faktör donanımına uygun üretim imkanlarına kavuşmuş olacaklardır. Bununla birlikte de yükseltilmiş maliyetler düşmüş, AR-GE etkinlikleri artırılmış olacaktır.

2.1.4. Piyasa Aksaklıklarının Giderilmesi

Ülke içinde faaliyet gösteren ve tekelci konuma gelmiş olan kuruluşların gücünü kırmak amacıyla dış ticareti serbestleştirmeye yönelik uygulamalardır. Yurtiçi tekellerin ortaya çıkmasının nedenleri ise genellikle uygulanan koruyucu dış ticaret politikalarının sonucudur.

Bu durumda hükümet uyguladığı korumacı dış ticaret politikalarından vazgeçerek (gümrük vergisi, tarife, kota, ithal yasağı, tarife dış ticaret politikası araçları) iç piyasada rekabeti artırabilir. Böylece monopollerin kırılması ile piyasa aksaklıkları ortadan kalkmış olur. Bu durum ülkede kaynak dağılımındaki etkinliği artırır.

2.1.5. Ekonominin Liberalleşmesini Sağlama

Günümüzde küreselleşmenin de etkisiyle birlikte ülkelerin hemen hemen tamamında (Çin, Küba ve Kuzey Kore hariç) izlenen ekonomi politikalarının ana amacı, serbest piyasa ekonomisini bütün kurum ve kurallarıyla birlikte refah seviyesini maksimum seviyeye çıkarmaktır. Dolayısıyla bu ülkeler liberal bir dış ticaret politikası izleyerek ulusal ekonomilerinin dünya ekonomisi ile entegre hale gelmesini hedef edinmişlerdir. Liberal ekonomi politikalarıyla; ekonomiye ilişkin karar süreçleri piyasanın kendi doğal yapısına göre (toplam arz/toplam talebe göre) belirlenerek böylece piyasa fiyatının oluşması en sağlıklı olanıdır.

Bu anlamda fiyatlar, üretimi, tüketimi, yatırımı, bölüşümü v yeniden üretim kararlarını belirleyerek tüketici kitlesi davranışlarını fiyatlara göre düzenleyerek en yararlı ve kendilerine en yüksek kazancı sağlayacak girişimleri serbestçe yapabileceklerdir. Piyasa denge fiyatlarında bir sapma olduğunda ise uzun dönemde denge piyasa tarafından kendiliğinden sağlanmış olacaktır (Kepenek ve Yentürk, 1997:183).

2.1.6. Ekonomik İstikrarın Sağlanması

Günümüzde özellikle gelişmekte olan ülkeler enflasyon, işsizlik, dış ticaret açıkları ve büyüme hızındaki düşmeler şeklinde kendisini gösteren iç ekonomik istikrarsızlıklarla karşı karşıyadır. İç ve dış açıkların sonucunda ortaya çıkan ekonomik istikrarsızlıklar gelişmiş olan ülkelere dönemsel bir nitelik taşıırken, gelişmekte olan ülkelere kalkınma sürecinin belirli aşamalarında ortaya çıkmaktadır (Roseir, 1991:20).

Söz konusu istikrarsızlıklar, yapısal ve konjonktürel istikrarsızlık olmak üzere iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Ancak ülkeler sahip oldukları kaynakları etkin bir şekilde kullanarak toplumsal refah düzeylerini maksimum seviyeye çıkarmak istemektedirler. Bunun için ise büyük çaba göstermektedirler. Dolayısıyla iç ve dış istikrarsızlığa neden olan her türlü ekonomik dalgalanmadan kaçınılmaktadırlar. Fakat ampirik analizler, piyasa ekonomilerinin uzun yıllardan beri konjonktürel dalgalanmalar ile karşı karşıya olduklarını bize göstermektedir (Şimşek, 2015: 86-91).

Piyasalarda görülen bu dalgalanmaların iç ekonomiye yansarak oluşturacağı enflasyon, işsizlik, dış açıkların artması şeklindeki sorunların çözümüne yönelik

dış ticaret politikası izleyebilmektedirler. Şöyle ki toplam talebi ithal mallardan yerli malların üretimine kaydırarak sağlayabilir. Uygulanacak olan dış ticaret politikasıyla; ithal mallar üzerine konulacak olan ek güvenlik vergisi, tarife ve birtakım mallarda ithal kısıtlaması, ithal malların fiyatlarını artırıp bu mallara karşı olan talebi düşürürken, iç piyasada üretim yapan firmalara sağlanacak olan teşvik ve sübvansiyonlarla da yerli üretimin artırılması hedeflenebilir. Bu tür uygulama sonucunda iç piyasada bazı malların arzında düşme olur ise; böyle bir durumda hükümetler söz konusu malın ithalatını kolaylaştırarak arz tıkanıklığı ve piyasa da ortaya çıkabilecek dengesizlikler giderilmiş olmaktadır.

2.1.7. Hazineye Gelir Sağlamak

Devletin asli ve sürekli görevleri her ülkenin anayasasında belirlenmiş olup, bazı ülkelerde küçük çapta farklılıklar gösteriyor olsa da genellikle; ülkenin bağımsızlığını ve bütünlüğünü, ülkenin bölünmezliğini, mevcut sistemi korumak, kişilerin ve toplumun refahını- mutluluğunu sağlamak, kişinin temel hak ve hürriyetlerini, sosyal hukuk devleti, adalet ilkeleriyle bağdaşmayacak surette sınırlayan siyasal, ekonomik ve sosyal engelleri kaldırmaya, insanın maddi ve manevi varlığının gelişmesi için gerekli şartları hazırlamaya çalışmaktır (T.C. Anayasası, Kanun No: 2709, Yayımlandığı Resmî Gazete Tarih:09.11.1982, Madde V).

Anayasa'nın V. Maddesinde de belirtildiği gibi devletin asli görevlerinden birisi de kişi ve toplumun refah-mutluluğunu sağlamaktır. Devletin bu görevleri yerine getirebilmesi için ise yeterince bir gelir yaratması, elde etmesi gerekmektedir. Bu noktada hemen hemen her ülkede kamunun elde ettiği gelirlerin türü ve nitelikleri birtakım değişiklikler göstermiş olsa da birbirine çok benzer olup, kamu gelirlerinin en büyük payını vergi gelirleri oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla, teşebbüs ve mülkiyet gelirleri, alınan bağış ve yardımlar, özel gelirler, faizler, paylar ve cezalar, sermaye gelirleri ve alacaklardan tahsilatlar oluşturmaktadır (Hazine ve Maliye Bakanlığı, Ocak 2021, Bütçe Gelirleri).

Kamu gelirleri arasında yer alan bir diğer gelir türü ise izlenen dış ticaret politikalarıyla sağlanan, ithalat ve ihracat üzerine konulan vergilerdir. Bu tür uygulamalarda daha çok az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından yerli mallara dönüşümü sağlamak birinci amaçtır. İkinci amaç ise, hazineye ek gelir sağlamaktır. Ancak hazineye ek gelir sağlamak amacıyla ithal mallar üzerine gereğinden fazla miktarda vergi konulursa bu durum ülkeler arasında vergi savaşlarına dönüşebileceği gibi, dış ticaret hacminin de düşmesine neden olmaktadır. Bu nedenledir ki ithalat vergileriyle birlikte ihraç vergileri oranlarının dikkatlice belirlenmesi büyük önem arz etmektedir.

2.1.8. Dış Piyasalardaki Monopol Gücünden Yararlanmak

Monopol, bir malın üretiminin tek bir firma tarafından kontrol edilmesi veya aynı anlama gelen, söz konusu malın piyasadaki tek satıcısının olmasıdır. Monopol çeşitleri ise; ölçek ekonomileri ve doğal monopol, ana hammaddeyi kontrol eden monopoller, firmalar arasında anlaşma ve akdi monopoller, hukuki nedenler veya yasal monopoller şeklinde olmak üzere dört başlık altında toplanmıştır (Dinler, 2008:318-320).

Dış ticaret politikalarının amaçlarından birisi de ülke içinde üretilen malların ihracatıyla ilgili uluslararası piyasalarda monopolcü durumuna geçme düşüncesidir. Bu ise söz konusu endüstride benzer malı üreten yurt dışındaki firmalarla anlaşarak birlikte kartel oluşturma yoluna gidilebilir. Böylece daha az miktardaki malı yüksek fiyatlardan satarak maksimum kazanç elde edebilirken, dış ticaret hadlerinin de ülkelerin lehine dönüşümünü sağlamış olmaktadır.

2.1.9. Otarşi

Otarşi, ülkeler arası hukuk sisteminde ya da ticari faaliyetlerde yaygın olarak kullanılan bir terim olup, anlamı herhangi bir ülkenin kısmi ya da tamamen diğer ülkelerle olan ticari, ekonomik ilişkilerini sınırlandırmak, kendi ürettiğini tüketen ülke/ülkeler sistemidir. Türk Dil Kurumu'nda ise; kişinin ya da kurumun kendi çabasıyla aksiyon alması, üretmesi ya da harcaması olarak tanımlanmaktadır.

1990 öncesinde SSCB'nin benimsemiş olduğu sistem buna örnek teşkil etmektedir. Ancak, hiçbir ülkenin dış dünya ile ilişkisi olmadan ihtiyaç duyduğu her tür mal ve hizmeti etkin, verimli üretmesinin mümkün olmayacağını anlamaları uzun çok uzun zaman almadan 1991 sonrasında bu sistemi (Sosyalist) benimsemiş olan ülkelerin hemen hemen tamamı (Küba, Kuzey Kore, nispeten Çin hariç) hepsinin serbest piyasa ekonomisini benimseyerek dış dünyaya entegre olmaya çalışmışlardır. Hatta bu ülkelerden (eski doğu bloku ülkesi) 11 tanesi AB'nin tam üyesi olmuştur.

2.1.10. Sosyal ve Siyasal Etkenler

Ülkeler izlemiş oldukları dış ticaret politikaları ile bazen ticareti serbestleştirmek veya müdahalede bulunmak bazen de tam tersi kısıtlamak veya sosyal ve siyasal düşüncelerin etkisiyle belli bir üretici ya da tüketici kitlesini korumayı hedefleyebilirler. Bunun için ise söz konusu korunmak istenen sektörle ilgili yurt dışından ithal edilen malların üzerine gümrük vergisi, tarife, kota veya miktar kısıtlaması uygulayarak o sektör/endüstri dış rekabete karşı korunmuş olmaktadır. Bu işlemin tersi, eğer ülkede gelir dağılımının bir sınıfın aleyhine değişmesi arzu ediliyor ise bu defa o endüstriyi korumaktan vazgeçilir. Buna en güzel örneğini; Türkiye'de uzun yıllardan beri yüksek oranlı gümrük vergileriyle

korunan otomobil sektörünü gösterebiliriz. Bu tür bir uygulama ile Türkiye de otomobil endüstrisinin kurulması, geliştirilmesi yine bu sektörde dış bağımlılıktan kurtulma, döviz tasarrufu sağlanması ve en önemlisi de bu sektör ve etki ettiği diğer sektörlerde yeni istihdam alanlarının yaratılmasına sağlayacağı katkıların göz önünde bulundurulmasıdır.

Bu tür uygulamalara ve politikalara, ülkenin güvenliğinden tutunuzda, çevrenin kirlenmesinin önlenmesi, güvenlik, savunma, halk sağlığı, doğal kaynak rezervlerinin korunması, vb. birçok alandaki bazı malların ithalatı veya ihracatının kısıtlanması, yasaklanmasına hemen hemen her ülkenin belirli dönemler itibarıyla başvurdukları görülmektedir.

3. Dış Politika Amaçları

Çalışmamızın diğer bölümlerinde de ifade ettiğimiz gibi ülkelerin izlemiş oldukları dış ticaret politikaları ile diğer politikalar arasında uyum ve ahenk büyük önem arz etmektedir. Dış politika, bir ülkenin dış dünya, siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik ilişkileri başta olmak üzere her türlü ikili veya çoklu ilişkilerinin yönetimi olarak tanımlanmaktadır.

Günümüzde ise dış politika ile dış ekonomik ilişkilerin çok daha belirgin hale geldiğini hatta iç içe birbirine kenetlendiğini görüyoruz. Bununla birlikte ekonomik ilişkilerin dış politikadaki ağırlığı, ilgili ülkelerin dünyadaki yeri ve önemi, ekonomisinin yapısı, dış ekonomik koşullara bağımlılığı ve siyasi rejimi vb. çeşitli unsurlara göre değişmektedir. Batı ülkelerinden farklı olarak, Türkiye’de ekonomik ilişkilerin belki de en önemli bir dış politika aracı ve hatta aynı zamanda amacı olduğunun tam olarak anlaşılması uzun zaman almıştır (T.C. Dış İşleri Bakanlığı, mfa.gov.tr).

Dış ticaret politikasının amaçlarından biri olan dış politika amacıyla dost olarak gördüğü ülkeler ile düşman ülkelere karşı işleyeceği dış politika birbirinden farklıdır. Dost ülkelere karşı her alanda ikili ticari-ekonomik, siyasi, sosyal ve askeri alanlardaki ilişkileri geliştirmek amacıyla her türlü kolaylıklar tanınırken; (vizelerin karşılıklı kaldırılması, sosyal, kültürel alanlardaki ilişkilerin geliştirilmesi, ikili ekonomik ilişkilerde gümrük vergileri, tarifeler ve her türlü kısıtlamaya son verilmesi, ortak savunma girişimleri vb..) birçok alanda ortak girişimler gerçekleştirilmektedir. Düşman ülkelere karşı ise bu tür uygulamaların tam tersi bir dış politika izlenmektedir. Yapmış olduğumuz açıklamalardan da anlaşılacağı gibi, ülkelerin diğer ülkelere karşı izleyecekleri dış ticaret politikası diğer politikalarıyla da uyum içinde olması beklentilerin gerçekleştirilmesinde büyük öneme sahip olup, aksi mümkün değildir.

3.1. Dış Ticaret Politikasının Araçları

Yapılan en genel tanımıyla; devletin istenmeyen davranışları veya eylemleri yeteri ölçüde zararlar veya en az hissedilir bir tehdit ile önlemek amacıyla yapılan girişimlerdir (Pape, 1997:39). Tanımdan da anlaşılacağı gibi, hedef alınan ülkenin istenilen politikalara ve uluslararası kurallara uyum göstermesini sağlamak amacıyla, karşı tarafı birtakım şeylerden mahrum bırakmak tehdidi ya da gerçekten cezalandırma şeklindeki uygulamalardır (Galtung, 1967:379-380).

Yaptırımlar iki şekilde uygulanmaktadır. Bunlardan birincisi, siyasi yaptırımlar, ikincisi ise ekonomik yaptırımlardır. Siyasi yaptırımların etkisi ekonomik yaptırımlar kadar etkili değildir. Çünkü siyasi yaptırımlarda niyetin karşı tarafa gösterilmesi bakımından sembolik anlam taşıırken, ekonomik yaptırımlarda; hedefleri gerçekleştirme ve politika değişikliğine gidilmesi bakımından siyasi yaptırımlara göre daha etkilidir.

Günümüzde uygulanan yaptırımların tamamına yakını siyasi olmaktan ziyade ekonomik yaptırımlar şeklindedir. Son Ukrayna-Rusya arasında yaşanan savaşta Batı ülkelerinin Rusya'ya karşı uygulamış olduğu ekonomik ambargo bu duruma en güzel örnektir. Ancak devletin dış ticarete müdahale için uyguladığı geleneksel dış ticaret araçları gümrük vergileri ve tarifelerdir. Zamanla bunların etkilerinin azalmaya başlaması ile bunların yerine çok sayıda diğer dış ticaret politikası araçlarını uygulamaya başlamışlardır. Aşağıda bu araçların niçin ve hangi amaçla konuldukları öz olarak açıklanmaya çalışılacaktır.

3.2.1. Gümrük Tarifeleri

Geleneksel dış ticaret politikası araçlarından en eskisi gümrük tarifeleridir ve ithal malların ülke sınırını geçişi esnasında alınan vergilerdir. Konuluş sebebi ise, ülkeye giriş yapması istenmeyen ithal malları doğrudan kısıtlamaya yönelik uygulamalardır. İthal mala uygulanan tarife oranında ithal malın maliyeti artış göstereceği için söz konusu mala karşı olan iç talep düşüştü göstererek ithal mal yerine yerli malın kullanımını özendirilmektedir. Ayrıca kıt olan döviz ithal mallara karşı olan akışı önlemiş olmaktadır.

3.2.2. Gümrük Tarife Dışı Araçları

Gümrük tarifelerinden ayrı olarak ülkedeki kıt olan dövizin yurt dışına çıkışına neden olan tüm işlemleri kısıtlamak amacıyla hükümetin tak taraflı kararı ile ticarete konu olan tüm işlemlere getirilen müdahale önlemlerdir.

3.2.2.1. Miktar Kısıtlamaları

Devletin yurt dışından ithal edilecek olan her türlü mal ve hizmete karşı doğrudan müdahalede bulunarak ithalatı belirlenen miktar ve hacimde

kısıtlamaya yönelik uygulamalardır. Örneğin yurt dışında 2022 yılı sonuna kadar ithalatı yapılacak olan on otomobil sayısı iki bin adet olacaktır şeklindeki varsayım altında; bu tür bir kararın alınması tüm marka ve modelde ülkeye girecek olan otomobil sayısı on iki binden fazla olamaz anlamına gelmektedir. Miktar kısıtlamasının da kendi içinde; ithalat kotaları, ithalat yasakları, ihracat kotaları ve kambiyo kontrolü şeklinde türleri mevcuttur.

3.2.2.2 Tarife Benzeri Araçlar

Bunlar gümrük vergileri ve tarifelerin oluşturduğu etkiler gibi, ithal edilen mallara uygulanması halinde bu malların birim/miktar olarak maliyetlerinin artmasına neden olan uygulamalardır. Bu tür uygulamalar ile ithal malın fiyatı yükseleceğinden dolayı; talebin yerli mallara yönelmesi hedeflenmektedir. Böylece yerli üretim artarken ithal mal miktarı da azalmış olacaktır.

Bu türlü uygulamalar şunlardır; çoklu kur uygulamaları, yerli katkı oranları, sübvansiyonlar ve telafi edici vergi, damping ve anti damping vergisi, dolaylı vergiler, mevsimlik gümrük tarifeleri, ithalat teminatları, ihracat vergileri, fon uygulamaları ve fark giderici vergilerdir.

3.2.2.3. Görünmez Engeller

Yeni korumacılık önlemleri arasında yer alan görünmez engellere tarife dışı teknik engeller de denilmektedir. Dış ticarete bu önemlidir. Devletin esas itibariyle yeri üreticiyi ve tüketicileri korumak amacıyla; kamu sağlığı, doğal çevrenin korunması veya kamu güvenliği gibi nedenleri gerekçe göstererek çıkarmış olduğu idari, teknik düzenleme ve standartları içermektedir (Karluk, 2013: 284-285).

Görünmez engellerin konulmasındaki amaçlar farklı olsa da esas amaç dış ticareti sınırlandırmaya yönelik uygulamalardır. Günümüzde bu tür uygulamaların sayısında hızlı artışlar görülmektedir. Bunlar arasında; ihraç edilen meyve, sebzelerde gereğinden fazla miktarda kimyasal ilaç kullanımını gerekçe göstererek ithalatın durdurulmasından tutunuz da (Rusya ve AB ülkeleri tarafından Türkiye'ye karşı uygulanmakta), İtalya'da otomobillerin pazarlanabilmesi için, yanlarının yatay sinyal lambaları ile donatılmış olması gereği, Almanya'da otomobillerin sürücü koltuğunun her yöne ayarlanabilir olması gerektiğini, yada AB'nin ürün güvenliği için koymuş olduğu CE işaretini şart koşması vb. bu araçlara örnek teşkil eden uygulamalardır (Yapar ve Alagöz, 2007:9).

Bu ve benzeri idari-teknik düzenlemeler/uygulamalar ithalatçı ülkeler açısından haklılık arz edebilir. Ancak GOÜ ihracatçıları açısından yeni maliyetlerin doğmasına neden olacaktır. Bu durum ihracatın azalmasına veya

tamamen durdurulmasına neden olacaktır. Görünmez engellerin konuluş nedeni de esas itibariyle ithalatı doğrudan veya dolaylı yollardan kısıtlamak veya sonlandırmaktır.

3.2.3. İhracatın Teşvik Edilmesi

Dış ticaret politikası araçlarından birisi de ihracatın teşviki/özendirilmesidir. Ekonomi literatüründe teşvik kavramı; belirli ekonomik faaliyetlerin diğerlerine oranla daha fazla ve hızlı gelişimini sağlamak amacıyla, kamu (devlet) tarafından gelişmesi istenen sektörlerin farklı yöntemlerle sağlanan maddi veya gayri maddi destek, yardım ve özendirilmeler olarak tanımlanmaktadır (Çiloğlu, 1997).

İhracatın özendirilmesindeki en önemli husus, ulaşılmak istenen hedeflerin neler olduğu ve bunlara karşılık ne gibi ödünlerin verildiğidir. Devletin sağlamış olduğu teşviklerle neleri amaçladığı uygulamış olduğu ekonomik sisteme göre değişmekle birlikte temel hedefi, genel anlamda halkın refah seviyesini yükseltmektir.

Günümüzde ise gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerin birbirlerine karşı üstünlük kurmak amacıyla başvurdukları yöntemlerden birisi de kuşkusuz ihracat teşvikleridir. Kısa dönemde ihracatın ve böylece döviz gelirlerinin artırılması, uzun dönemde ise kaynakların özellikle ihracat endüstrilerine kaymasını sağlamak amacıyla alınan önlemler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Göktürk, 2001:3).

İhracatın teşviki/özendirilmesi işlemleri özellikle GOÜ'ler tarafından belli bazı sektörlerin kurulması, gelişmesi ve dış piyasalardaki benzer gelişmiş endüstrilerle rekabet etme noktasına gelinceye kadar sağlanan aynı veya nakdî yardımlar şeklinde yaygın olarak görülen uygulamalardır. Bunlar, ülkenin ülkeye göre birtakım farklılıklar göstermiş olsalar da ihracatta prim sistemi, ihracatta vergi iadesi, indirimi, muafiyetli girdi teşvikleri, devlet pazarlama yardımları altında toplanmaktadır. Ayrıca ihracatı teşvik tedbirlerinin ülke ekonomisi üzerinde oluşturduğu etkiler incelendiğinde; dış ticaret hadleri ve döviz kazandırıcı etkisinin olduğu görülmektedir (Horoz, 2006:21).

3.2.4. Karşılıklı Ticaret Sistemleri (Counter Trade)

Mal, hizmet veya teknoloji satışının karşılığında yapılacak olan ödemelerin nakit (para veya para yerine geçen diğer kağıtlarla yapılmayıp) esasında başka şekillerde yapılan ticaret yöntemlerine karşılıklı ticaret denilmektedir. Ülkede döviz tasarrufu sağlamak istenmesi, serbest piyasada döviz ile satılmayan düşük kaliteli bazı yerli malların ihracatını gerçekleştirmek, yabancı sermaye yoluyla ülkede büyük sanayi tesislerinin kurulmasını sağlamak amacıyla karşı ticaret

ülkelerin son yıllarda sıkça başvurdukları yöntemlerden birisidir (Seyidoğlu, age.:143).

Bu tür ticaretin yapılış şekli çoğunlukla ülkeler arasında daha önceden yapılmış olan anlaşmalara dayanmakta olup taraflardan birisi devlet kuruluşlarından oluşmaktadır. Önceki yıllarda sadece takas veya kliring şeklinde gerçekleştirilen karşı ticaret günümüzde uygulanan yeni sistemlerle çeşitlilik kazanmıştır. Bu nedenle karşı ticaret günümüzde a) geleneksel sistemler, b) yeni sistemler olmak üzere iki başlık altında incelenmektedirler.

3.2.4.1. Geleneksel Sistemler

Takas, kliring, karşılıklı satın alma, aktarma ticareti, değiş-tokuş, geri satın alma, dengeleme anlaşmaları ve satın al-sat şeklinde gerçekleştirilmektedir.

3.2.4.2. Yeni Sistemler

Fason imalatı, yap –işlet –devret, leasing, factoring, forfaiting ve barter şeklinde gerçekleşen ticaret sistemleridir.

Kaynakça

- Alagöz, M. ve Yapar, S. (2007). Görünmez Engeller: Serbest Ticarete Bir Engel Mi? Akademik Bakış, 11, 1-11.
- Batmaz, T. (2021), Ekonomik Entegrasyon Teorisi Çerçevesinde Avrasya Ekonomik Birliği'ne Üye Ülkelerin Türkiye İle Olan Ticari-Ekonomik İlişkileri Üzerine Ampirik Bir İnceleme: Gravity (Çekim) Modeli, Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Doktora Tezi), Eskişehir, 2021.
- Bayraktuna, Y. (2003). Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri, C.Ü., İktisadi ve İdari Bilimler Fak. Dergisi, Cilt:4, Sayı:2, 175-184.
- Bhagwati, J. N., ve Srinivasan, T. N. (1980). Revenue seeking: A generalization of the theory of tariffs. Journal of Political Economy, 88(6), 1069-1087.
- Carbaugh R (2016) International Economics (Sixteenth Edition) Cengage Learning, Boston.
- Çelik, K. (2008), Uluslararası İktisat, Murathan Yayınevi, 4. Baskı.
- Çiloğlu, İ. (1997). Teşvik Sisteminin Değerlendirilmesi. Hazine Dergisi, 8, 1-15.
- Diñer, G. (2013). Dış Ticaret Kuramında Çekim Modeli: Türkiye-AB Ticaretinin Analizi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Doktora Tezi), Ankara, 2013.
- Dinler, Z. (2008), Mikro Ekonomi, Ekin Kitapevi, 18.Baskı, Bursa.
- Erkök Y. Ş. (2010). Dış Ticaret Kuramlarının Evrimi, 2. Baskı, Efil Yayınevi, Ankara,
- Gross, R. F. (1992). SN Behrman: A Research and Production Sourcebook (No. 3). Greenwood.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı <https://muhasebat.hmb.gov.tr/genel-yonetim-butce-istatistikleri>.
- Horoz, Y. (2006), İhracata Yönelik Vergi Teşvikleri ve Türkiye Uygulaması (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Johan G. (1967). On the Effects of International Economic Sanctions: With Examples from the Case of Rhodesia, World Politics, Vol.19, No. 3, 379-380.
- Kalkan, G. (2001), Türkiye'de İhracat Teşvik Tedbirleri (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karluk, R. (2013). Uluslararası Ekonomi Teori Politika, 10. Baskı, Beta Basım, İstanbul.
- Kaymakçı, O., Avcı, N., ve Şen, R. (2007). Uluslararası ticarete giriş: teori, politika ve uygulama. Nobel Yayın Dağıtım.

- Keşap, D., ve Sandalcılar, A. R. (2021 lizi. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, 23(2), 257-287.
- Leontief, W. (1954). Mathematics in economics. Bulletin of the American Mathematical Society, 60(3), 215-233.
- Mangir, F., & Fidan, A. (2017). Grubel-Lloyd endeksi ile endüstri-içi ticaret analizi: tarım sektörü Türkiye örneği. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 19(33), 45-51.
- Michael V. P., (1961), “International Trade and Technical Change”, Oxford Economic Papers, ss.323-341.
- Oktay, N (2005) Dış Ticarete Giriş (Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1624-Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 848, Eskişehir).
- Özay, N. (2015), “Uluslararası Ticarete Korumacılık ve Türkiye’de Uygulanan Koruma Önlemleri”, Gümrük ve Ticaret Dergisi, Sayı:5, 23.
- Öztürk, N. (2009) Dış Ticaret (Kuram- Politika- Uygulama (Palme Yayıncılık, Ankara). Palme Yayıncılık, 10. Baskı, Ankara.
- Resmi Gazete, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2709.pdf>
- Pape, R. A. (1997). “Why Economic Sanctions Do Not Work”, International Security, Vol. 22, No.2, 93.
- Roseir, B. (1991). İktisadi Kriz Kuramları, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Seyidoğlu, H. (1999), Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama (İstanbul:Güzem Yayınları).
- Seyidoğlu, H. (2009), Uluslararası İktisat, Teori Politika ve Uygulama, Güzem Can Yayınları, 17. Baskı, İstanbul.
- Shenkar O, Luo Y, Chi T (2015) International Business (Third Edition) (Routledge; New York).
- Şimşek, T. (2015), Modern Konjonktür Teorileri Çerçevesinde Ekonomik Dalgalanmalar: Politik İstikrarın Etkileri Üzerine Panel Veri Analizi, (Basılmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Ankara.
- T.C. Dış İşleri Bakanlığı, <https://www.mfa.gov.tr/default.tr.mfa>
- Tinbergen, J. (1962). Shaping the world economy; suggestions for an international economic policy.
- Topcu, E. (2017). “İhracata Dayalı Büyüme Hipotezine Yeni Bir Yaklaşım: Türkiye Ekonomisi Üzerine Sektörel Bir Uygulama, (Basılmamış Doktora Tezi) Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat A.B.D, Nevşehir, Ocak-2017.
- Utkulu, U. (2001), “Türkiye’de Dış Açıkların Belirleyicileri: Ekonometrik Bir İnceleme,” Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 16(2): 113-132.

- Vasudeva, P. K. (2011) *International Trade; Test and Cases* (Anurag Jain for Excell Books, New Delhi).
- Vernon, R. (1966) international investment and international trade in the product cycle. *Quarterly Journal of Economics* 190-207.
- World Bank, (1995), *World Development Report, 1995*, s.59.
- Kepenek, Y. ve Yentürk N. (1997). *Türkiye Ekonomisi*. 9. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Yergin, H., Mercan, M., & Yılmaz, Ö. (2014). Türkiye-AB (15 Ülke) Arasındaki Dış Ticaret ve Gümrük Birliği'nin Marjinal Endüstri-İç Ticarete Etkisi ve Endüstri-İç Ticaretle Karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3), 367-382.
- Yılmaz, Ş. E. (2016), *Dış Ticaret Kuramlarının Evrimi*, Ankara: Efil.

27. Bölüm

Faydacı Meritokrasi, Eşitlikçi Demokrasi ve Özgürlükçü Değerlendirme Prensibi

Ali DEMİR¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Avrasya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölüm Başkanı, alidemirden@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7955-0085

Giriş

Günümüzde üç ideal tip hükümet sistemi var; parlamenter, yarı başkanlık ve başkanlık sistemi. Parlamenter sistemde yürütme yasamaya karşı sorumlu ve gücünü parlamentodan, yani yasamadan alır. İktidar, yöneticiler yasama organı olan parlamentoda seçilirler. Bu sistemde devlet başkanı, cumhurbaşkanı ve/veya Büyük Britanya’da olduğu gibi kral, monark gibi kurumlar da var. Sistemin en tipik özelliği yürütme ve yasamanın birbirine çok yakın olmaları ve hükümetin direkt halka değil de yasama organına karşı sorumlu olmasıdır. Türünün en iyi örneği Birleşik Krallık Westminster sistemidir. İkincisi yarı başkanlık sistemidir. Bu sistemde devletin lideri halk tarafından seçilir ancak başbakan ve bakanlar devlet liderinin önerisiyle görevlerini parlamentodan alırlar. Fransa 1958 yılından beri bu türün en iyi temsilcisidir. Üçüncü ve son tür başkanlık sistemidir. Hem yürütme ve hem de yasama organı halk tarafından seçilir ve halka karşı sorumludurlar. Ancak yürütmenin başı olarak başkan sadece halka değil parlamentoya karşı da sorumludur. Amerika Birleşik Devletleri bu tipin en iyi temsilcisi olarak bilinir. Bu üçünün en önemli ve belirgin ortak özelliği, bu ülkelerin demokrasiyle yönetiliyor olmasıdır.

Demokrasi günümüzde ciddi bir halk güvenine ve meşruluğuna sahip. Ancak bu hep böyle değildi. Örneğin Aristoteles nitel ve nicel kıstastan yola çıkarak üç saf devlet biçimi ve bunlarla uyumlu olan üç tip anayasal sapma formu olduğunu yazdı (1909, 183-186). Bunlar sırayla şunlardır: monarşi/zorbalık, aristokrasi/oligarşi ve timokrasi (politie)/demokrasi.

Tablo 1: Aristoteles’e göre üç anayasal devlet türü

Nitel Kriter \ Nicel Kriter	Saf (halk için) yönetim	Sapma (halk karşıtı) yönetim
Bir kişi	Monarşi	Zorbalık/Tiranlık
Az kişi	Aristokrasi	Oligarşi
Birden fazla kişiler	Timokrasi (Politie)	Demokrasi

Aristoteles’e göre monarşi ve zorbalık krallıktır, ancak bunlar amaçları bakımından birbirlerinden farklılık gösterirler. Zorba bencildir, kendi menfaatlerini düşünür, buna karşın monark hükümdar öznelerinin iyiliğini de düşünür. Bunlardan farklı olarak aristokraside şiddeti monopolleştirme ve kullanım hakkı, toplumun en iyisi olan az sayıda insan arasında paylaşılmıştır. Prensip liyakattir. Oligarşide de yönetim az sayıda insan tarafından belirlenir, ancak bunlar Aristoteles’e göre aristokrasiden farklı olarak kötü insanlardır. Aristokraside yöneten, eylemlerini toplumda hak ettiği değeri, erdemleri veya karakter gücü ile değil doğuştan gelen nitelikler sayesinde yapıyorsa yönetim oligarşiye dönüşür. Timokrasi, Aristoteles döneminde var olan çoğu polis şehir devletlerinin anayasa formudur. Yönetim burada birçok kişinin elindedir. Timokraside hükümdarlar, yönetenler yaş farkı haricinde

birbirlerini kardeş ve eşit görürler. Aralarındaki ilişki bu prensip üzerine kurulur. Yönetici Romalıların değimiyle *primus inter pares* fikrine göre belirlenir. Son olarak demokrasi herkesin hüküm sürdüğü bir devlet biçimidir. Sadece demokraside herkes hükmeder. Demokrasi bu yüzden özgür bireylerin devlet biçimine en yakın olanıdır. Ama demokrasi Aristoteles'e göre bir sapmadır çünkü burada egemenlik, önderlik yoktur. Bu nedenle egemenlik veya iktidar zayıftır. Herkesin her şeyi yapabildiği bir yerde hiçbir şekilde yönetilmeme ihtimali var (Schmitt, 2008: 31-37).

Demokrasi

Aristoteles'in döneminden bu yana belki en büyük değişiklik demokrasinin artık bir sapma değil ideal bir yönetim biçimi olarak görülmeye başlamasıdır. Modern demokrasiler tabii ki Aristoteles'in yaşadığı dönem şartlarının çok ilerisine gittiler. Fakat kökeni Aristoteles'in konuştuğu ve yazdığı dil olan eski Yunancaya dayanan demokrasinin kelime anlamı incelendiğinde; *demos*'un halk, toplum, yurttaş, *kratein/cracy* ise egemen olmak, iktidarı kullanmak sözcüklerinden oluştuğu ve halkın egemenliği anlamına geldiğini tespit edebiliriz. Demokrasi birlikte iyi ve doğru karar alma mekanizmasıdır. Bu ise bir yandan hesap verebilirlik, şeffaflık ve katılımın belirlediği siyasal kültürü, öte yandan da kurumların güvenilirlik, süreklilik ve evrensel hukuk kurallarının hâkim olduğu bir yönetim anlayışını gerekli kılar. Demokrasiler hurafe ve söylentiler yerine bilgiyle yönetilen kurumların var olduğu ve bunların önünün açıldığı bir toplumsal formasyondur.

Bu genel belirlemeden hareketle günümüzdeki demokrasileri temsili ve (yarı-)direk formlarına ayırtırmak mümkün. Temsili demokrasi dünyada en çok görülen yönetim biçimidir. Temsili demokrasi hem politik kararların, yürütme gücünün seçilmiş elitlerin (hükümet) elinde olduğu ve hem de kontrolün doğrudan halk tarafından değil halkın temsilcileri (milletvekilleri) tarafından uygulandığı bir yönetim formudur. Vatandaşlar haklarını bizzat kendileri değil seçtikleri temsilcileri aracılığıyla gözetirler. Bunun için de gerek vatandaşların direkt etkili olduğu seçimler, gerekse ilgililerin endirekt medya, işveren birlikleri, sendikalar gibi kurumlar ve sivil toplum örgütleri aracılığıyla etkin olmaları belirleyici bir öneme sahiptir. Girişte de değinildiği gibi temsili demokrasilerin üç biçimi vardır; parlamenter hükümet sistemi, yarı başkanlık ve başkanlık hükümet sistemi.

Temsili demokrasilerden farklı olarak direkt demokrasi dünyanın hiçbir yerinde hiçbir devletin anayasal formu değil. Ancak dünyada direkt demokrasiyle yönetilen belediyeler, beldeler, köyler, kurum ve kuruluşlar var. Bununla birlikte İsviçre gibi devletler ve ABD'nin Kaliforniya gibi eyaletleri yarı-direkt demokrasiyle yönetilir. Meclis hükümeti olarak nitelendirilebilecek İsviçre yarı-demokrasi sistemi ne bir başkanlık sistemi ne de temsili demokrasilerde daha yaygın görülen parlamenter sistemdir. Başkanlık sistemi değildir çünkü yürütme, konfederasyon, kantonlar ve

mahalli idareler düzeyinde bir kuruldan oluşur. Hükümet, meclisin iradesine bağlı olmadığından parlamenter sistem de değildir. Bu yüzden Arend Lijphart, İsviçre demokrasisini oydaşmacı bir demokrasi olarak tanımlamaktadır (Lijphart, 2006).

Oydaşmacı demokrasi yönetiminde alınan kararlar oy çokluğuna göre değil oybirliğine göre alınır. İsviçre siyasal sisteminde tek bir baskın grubunun oluşumu engellenmiştir. Oydaşmacı demokrasilerde bir yandan kitleler arasında derin ayrılıklar bulunurken öte yandan elitler düzeyinde uzlaşma kurumsallaşmıştır. Yine kimi diğer yazarlara göre İsviçre siyasal sistemi *sui generis* bir yapıya sahiptir (Papadopoulos, 1995; Sandrine, Baume and Papadopoulos, 2022; Linder and Mueller, 2021: 167-203). Oydaşmacı demokrasilerden farklı olarak, İsviçre demokrasisinin üç temel unsuru vardır: Federal bir kültürle beslenen federalizm, temelleri tarihe dayanan doğrudan demokrasi ve nihayet her kararı müzakere etme isteği. Bu üç unsur, İsviçre demokrasisinin oydaşmacı bir demokrasi olarak nitelendirilmesine engel olmaktadır. Öte yandan, bu unsurlar İsviçre siyasal sisteminin özgün bir model olduğunu göstermekte ve onu oydaşmacı bir demokrasiden daha sağlam kılmaktadır.

Her iki durumda da demokrasi, siyasal katılım kullanmanın ilerisine gider. Demokrasi, özgür bireylerin kendi istemi, mensup olduğu toplumun kültürel yapısı ve her ikisinin gelecek projesini ilgilendirilen her konuda yönetimine katılması, bu amaçla kurulan organlarda görev alması, seçtiği yöneticilerini sürekli etkilemeye ve denetlemeye çalışmasıdır. Tam bu üç nedenden dolayı günümüzde katılımın önemi merkezden yerele doğru kaydı. Merkez, yerelde başarıyla uygulanan politikaların havuzu olmaya başladı. Vatandaşa yakın olmak bir kriter olarak kabul gördü (Acar, 2019). Ne istediğini bilen, istediğinin arkasında duran, onu bütün zorluklara rağmen takip eden vatandaş, devlete katılımı da artırır. Demokrasi ancak katılımı olacağı için, katılım artırsa, demokrasi de güçlenir.

Meritokrasi

Sorulması gereken ilk soru, Aristoteles'ten çok önceleri var olagelen monarji ve aristokrasi gibi sistemlerin nasıl zamanla demokrasiye dönüştüğüdür. Bu soruya farklı cevaplar üretmek mümkün (Lipset, 1959; Sartori, 1997; Habermas, 1998: 175, 178; Scholtz, 2021). Ancak burada amaç demokrasinin evrimini göstermenin yanı sıra bir de eğitim sisteminin demokratikleştirilmesini incelemek olduğu için bu soruyu *meritokrasi* kavramını inceleyerek vermek mümkün. Buna ise şu belirlemeyle başlamak gerek: Tarihsel olarak, 19. yüzyılın sonuna ve 20. yüzyılın başlangıcına kadar okul sistemi büyük ölçüde hayırseverlik temeline dayanıyordu (Natorp, 1904: 233-234). Young'ın İngiltere'de modernliğin ancak 18 Mart 1871'de zorunlu okul eğitiminin başlamasıyla başladığını öne sürmesinin nedeni de budur (Young, 1961: 21). Bu gönüllülük temelde bugüne kadar korunmuştur ancak yaşam alanında

yaşanan karmaşıklığı da kapsayabilmek için eğitim sistemi rasyonelleştirilmeye, modernleştirilmeye tabi tutulmuştur. Habermas bu rasyonelizasyon eğilimini “yasallaştırma” (*Verrechtlichung*) terimi altında incelemiştir. Otto Kirchheimer, bu kavramla cumhuriyetten sosyal devlete dönüşümünü tarif etmişti. Ancak Habermas, “yasallaştırma” kavramını, pozitif hukukun çoğaltılması ve aynı zamanda, okul hukuku gibi daha önce ya hiç, neredeyse hiç ya da sadece gayri resmi olarak standartlaştırılmış alanları da kapsayarak genelleştirilmesi için kullanır (Habermas, 1981: 523 f).

Eğitim sisteminin bu arka planını da verdikten sonra, şimdi meritokrasi kavramının kendisine gelebiliriz. Meritokrasi terimi “merito” ve “-cracy” olmak üzere iki bileşenden oluşmaktadır. “Merito” (Latince “meritum” dan) fayda olarak ve “cracy/kratie” (Yunanca *cracy*) (kendi kendine yönetim) olarak çevrilebilir. Litter’a göre meritokrasi terimi ilk kez 1956 yılında *İngiliz Socialist Commentary* gazetesinde kullanılmıştır (Litter, 2017). Young, “meritokrasiyi” makam ve mevkilerin (adil) dağıtımı için geleneksel bir standart olarak anlamaktadır.

Meritokrasi insanları aile geçmişlerinin bir sonucu olarak statülerine atfedilmek yerine kendi çaba veya yetenekleriyle (liyakatle) statülerine ulaştıkları bir sistemdir. Ve eğitim sistemi bu düşüncenin hem ampirik olarak vuku bulduğu ve hem de söylem olarak en ideal biçimde uygulanabilir olduğu bir alan. Bunun da ilerisinde, okul aileden sonra sosyalleşmenin en yoğun yaşandığı sosyal sistemdir. Okulda öğrenciler hem kendi ailelerinin özgül değerlerini hem de tüm toplumun değerlerini öğrenirler. Evde çocuklar yalnızca o hanenin standartlarına göre yaşamayı ve yaşanılanı değerlendirmeyi öğrenirler. Buna karşın okulda herkes için geçerli olan standartlara göre davranmayı, toplumun normlarını ve değerlerini öğrenmeyi ve de bütün davranışları, eylemlerini bu toplumsal normlardan hareketle evrensel olma ihtimali olan prensiplerle değerlendirilmeye başlarlar. Okullar toplumda fırsat eşitliği olduğunu ve insanların yaşamdaki konumlarına ayrıcalıktan ziyade beceri ve çalışma yoluyla ulaştığını öğretirler. Okulların diğer tipik özelliği de okullarda öğrenilen bu yapılar okullarla sınırlı kalmaz. Burada edilen beceriler toplumda en yüksek ücret ve sorumluk almakla ödüllendirilir. Okullar bu anlamıyla çağdaş toplumun önemli değerlerinden biri olan meritokrasinin öğrenildiği, öğretildiği ve uygulandığı bir yerdir.

Young’a Göre Meritokrasi

Meritokrasinin sistematik olarak ilk işlendiği yerlerinden biri Young’ un çalışmasıdır. Young, bu çalışmasında sosyal yapı ile okul sistemi arasında yapısal bir bağ kurmuştur. Ve çalışmasında iki karşıt olgusal soru ortaya atmıştır: Birincisi, elitlerin artık önceki elitlerin çocuklarından değil yetenekli, becerikli ve performans göstermeye daha istekli olanlardan oluşması tarihsel-sosyolojik olarak nasıl ortaya

çıktı? İkinci soru, sosyal adaletle ilgili: Eşitliğe dayalı bir sistem, zaman içinde ortaya çıkan eşitsizlikleri nasıl eşitliğe dönüştürebilir? Bu iki temel soruyu cevaplamak için Young öncelikle kendisine 2034 yılında ikinci bir 1789 mu çıkacağını yoksa bunun sadece bir 1848'e mi benzeyeceği varsayımsal sorusunu sorar (Young, 1961: 11). Bu soruyu yine bir düşünce deneyiyle tartışıyor.

Young birinci varsayımsal soruyu yanıtlamak için bir düşünce deneyiyle geriye doğru 2030'dan itibaren Büyük Britanya'daki eğitim sisteminin gelişimine bakıyor. 1789 yılı; eşitlik, özgürlük ve adaleti *iletimsel eylemle* bir araya getirmeyi amaçlayan Fransız Devrimi'ne sahne oldu (Habermas, 1981). Öte yandan Karl Marx ve Friedrich Engels'in Avrupa'ya *komünist bir hayaletin* geleceğini öngördükleri ve hem *komünist hayaletle* hem de eski feodal sisteme karşı bir burjuva hareketinin başladığı *Komünist Manifesto* 1848'de yayınlandı (Marx, 1848). Bu açıdan, konu Young'ın tez-antitez ve sentez şemasına göre ele aldığı toplumsal güçlerin diyalektiğiyle ilgilidir.

Young tezini güçlendirmek için halihazırda ayrıcalıklı olan sınıfların toplumsal kaynaklara daha iyi erişimini sağlayan bir rasyonelleşme ve bilgi artışı gerçekleştiğinden hareket eder. Yönetenler bu görüşe göre bu erişimin kendi saflarında kalmasını sağlamak için gerektiğinde taviz verirler ancak ayrıcalıklarından veya miras iddialarından vazgeçmezler. Bu dönemde baskın güç, kolektif bilinç dışında bir baba figürünü temsil eden ve temsilcileri kendilerini bağımsız imkanlara sahip beyefendiler olarak gören aristokrasiydi (Young, 1961: 33-34). Bunlar, sermayenin artık feodal sistemde olduğu gibi toprağa değil, "kazançlı beyinlere" yatırılması gerektiğinin farkına vardılar (Young, 1961: 28-29, 79). Bu süreçte, 1871 yılında İngiltere'de kamu yönetiminde işe alınmalarda koruma sisteminin kaldırılması ve okula gitme zorunluluğu getirilmiştir (Young, 1961: 21).

Okul mecburiyetinden bir yandan çocukların iş yaşamına çocuk yaşta girmesinin engellenmesi öte yandan bilgi ve eğitim yoluyla toplumsal hareketliliğin önünü açması beklenmektedir. Buna paralel olarak Young bu geriye doğru düşünce deneyinde devlete istihdam için başvuran kişilerin aile geçmişi ve sosyal ilişkilerinin belirleyici olmaması gerektiğini, iş alımlarında sadece yetenek ve becerilerin belirleyici olması gerektiğini tartışmaktadır (Young, 1961: 45). Bu talep tarihsel olarak muhafazakârlara karşı çıkan modernleşmeci güçlerden gelmiştir. Modernleştirici güçler teknolojiler aracılığıyla yenilik getirmek isterken, sosyal muhafazakâr güçler eskiyi yıkmak yerine onu tekrarlamayı savunuyordu (Honderich, 1990). Young, eğitim yoluyla elde edilen öğrenme etkisi sayesinde toplumsal hareketliliğin uzun vadeli kurumsallaşması olmaksızın bir etki-tepki şemasından kaçınmak için aristokrasiyi bir elit olarak ortadan kaldırmayı değil, modernleştirmeyi düşünmektedir (Young, 1961: 43, 180, 222). Aristokrat bu sayede sadece hobilerinin işleri olmadığını ve işlerinin de hobileri olmadığını öğrenecektir (Young, 1961: 36).

Kurumsal düzlemde toplumsal modernleşme hareketi, işçi hareketi çerçevesinde siyasette örgütlenmiş ve oy hakkı talep etme şeklinde ortaya çıkmıştır. Bu uzlaşma sayesinde, parlamentoda “aristokrat soy ve aydınlar saltanatı paylaşacaktı.” (Young, 1961: 181) Öte yandan bu durum sadece tam zamanlı çalışan parlamenterlerin sayısının artmasına değil ama aynı zamanda meritokratik eşitlik ilkesi nedeniyle milletvekillerinin maaşlarına bir sınır getirilmesine de yol açmıştır. Oxford ve Cambridge’den summa cum laude ile mezun olanlar artık siyasetin anavatan için bir görev olduğunu düşünmüyorlardı (Young, 1961: 182-183). Bu modern sentez nihayetinde, seçkin bir elitin güç ve prestijle donatılmış makam ve mevkilerde görev almasının herkesin yararına olacağı gerçeğine dönüşecektir (Young, 1961: 209). Bu uzlaşma, entelektüel düzeyde, toplumsal üretkenlik ile refah ya da yoksulluğun ilişkili olduğu fikrine dayanıyordu (Young, 1961: 218). Sonuç olarak toplum, okullarda ve ekonomide bu anlayışa göre yeniden örgütlenmiştir. Bundan sonra her işçi, meslek ya da kurum ayrımı olmaksızın, sadece vatandaş olduğu için eşit sayılmaya başladı (Young, 1961: 216).

İkinci soru ise daha çok süreklilikle ilgilidir. Artık eşitsizlikleri yeniden üretmemekle kalmayıp, fırsat eşitliği anlamında ortaya çıkan eşitsizliklere rağmen bunları absorbe eden bir sistemin ayırt edici özelliği nedir? Buna yanıt olarak Young öncelikle, eğitim sistemi içinde en iyi pozisyonlar için rekabetin verimliliği arttırdığı ve verimlilikteki artışın, sosyal arka planı ne olursa olsun entelektüel olarak yetenekli kişilerin toplumda güç pozisyonlara erişebilme talebiyle bağlantılı olduğu takdirde meşru kabul edildiğini tespit ediyor (Young, 1961: 17, 83). Sonra bu rekabeti İngiltere, Avrupa, ABD ve Sovyetler Birliği gibi farklı sosyal sistemleri çözümleyerek inceliyor. Bunlar Young’un meritokrasi anlayışını geliştirmede önemli gördüğü rol modellerdi. ABD’deki “yeni gelenler”, geleneksel bir aristokrasinin yokluğu sayesinde eğitim sistemlerini en başından itibaren kapsayıcılık gibi daha eşitlikçi ve evrensel ilkelere dayandırabilmişlerdir (Young, 1961: 33). Üstün yetenekli çocuklar “ulusun bekası” için liseye kabul edilmiştir (Young, 1961: 81; bkz. Putnam, 2015:134-190). Zeka testleri “bir sosyal adalet aracı” olarak görüldüğü için düzenlenmiştir (Young, 1961: 97, 147). Bu sayede eğitim sistemi içindeki yararlılık (yani liyakat) öğrencilerin IQ’su ve başarıları ile ölçülmüştür. Objektif olarak sadece birkaç kişi 125’in üzerinde IQ’ya ve buna uygun performans göstermede kalıtsal özelliklere ve isteğine sahip olacağından, zorunlu olarak seçkinler küçük bir grup insandan oluşmaya devam edecektir ancak bu sefer aristokrat ya da zengin çocukları oldukları için değil de en yetenekli olduklarından. Dolayısıyla meritokrasi, “kendi kendini yetiştirmiş adamlar” ve “okul tarafından yetiştirilmiş adamlar” ın yönetim biçimi olacaktır (Young, 1961: 176).

Öte yandan Sovyetler Birliği, Ekim Devrimi ile birlikte aristokrasiyi ortadan kaldırmış ve eğitim sistemini proletaryanın emrine vermişti. Young bu radikalizmin,

Sovyetler Birliği'nde insani eşitlik idealinin milliyetçilikle bağlantılı olmasından kaynaklandığını düşünüyor. 1917 devriminden önce, tüm Rus İmparatorluğunda az sayıda anaokulu vardı. Bolşevik devrimiyle beraber kadınların yaşam kalitelerinin artırılması için planlar yapılmış, eşit haklar ve kadınların sosyal yaşama aktif katılımı sloganı altında dramatik değişikliklere gidilmiştir. Bunu okul öncesi kurumlar ağının geliştirilmesinden iş yaşamına atılım gibi birçok reform izlemiştir. 1920'lerin ortalarından itibaren anaokulları ağı ülkenin her tarafına yayılmıştır. 1959'da kreşler ve anaokulları birleştirilmiş ve devlet bir çocuğa iki aylıktan yedi yaşına gelip okula gidebilene kadar bakım ve koruma yükümlüğü almıştır (Schilling, 1975).

Sovyetlerden farklı olarak Avrupa'da komünizm fikri püritanizm ile ilişkilendirilmiştir. Max Weber *Protestan Ahlakı ve Kapitalizm Ruhu* kitabında, toplumsal eşitlikle ekonomik örgütlülük arasındaki yapısal ilişkiyi dini kavramlarla yorumladı. Weber kapitalist üretim ilişkilerinin gerekli kıldığı ilişkiler biçimini dini dogmalara dayandırarak, oradan tasarlayarak topluma yeni bir yol haritası çizdi. Weber'in Protestanlık anlayışına göre çalışmak, üretmek, meslek sahibi olmak ve böylece bu dünyada başarılı olmak öteki dünyada cennete gitmenin bir işaretidir. Weber çalışmasında kapitalizmin ruhunu tanımlarken Benjamin Franklin'nin "unutma ki zaman paradır ..." cümlesinden hareketle açıklama başlar (Weber, 2018:40). Püritanizm, Weber'in eylem tipolojisine göre amaçsal-rasyonel eylem biçimine denk düşer.

Weber'in *Ekonomi ve Toplum* adlı eserinin başlığı bile zaten değer ve amaç rasyonelitesi arasında bir sentez umduğunu ima etmektedir. Weber dört eylem tipolojisinden hareket eder: Geleneksel eylem biçiminde sadece araçsal anlam önemliken, coşkusal eylemde hem araçlar hem de amaçlar önemlidir. Değersel-doğrusal eylemde ise araç, amaçların yanı sıra bir de değerler önemlidir dolayısıyla bu eylem biçiminde hangi kritere göre eylem gerçekleştirilmeli sorusu önem kazanır. Son olarak amaçsal-rasyonel eylem biçiminde araçlar, amaçlar ve değerlerin yanı sıra bir de sonuçlara göre eylemin iyi, doğru ya da adil olup olmadığına karar verilir. Weber, amaçsal-rasyonel eylem biçimini modernleşmenin de kriteri ve buna en uygun eylem biçimi olarak da püritanizmi görür. Ona göre kapitalizm onun (ideolojik) altyapısı olan püritanizm sayesinde oluşmuştur (Weber, 1980: 10-30; Habermas, 2019: 373).

Sonuç itibarıyla, gerek ABD, Avrupa ve gerekse de Sovyetler Birliği'nde tüm insanların eşitliğini isteyen kuramlar ortaya konmuş ve sistemler kurulmuştur (Young, 1961: 172-173). Bunların ortak talebi, yetenekliler ortak bir ilkeye göre işe alınmalı ve eğitim sistemi tarafından adil bir düzen içinde üstelenecekleri işlevlerine hazırlanmalıydılar (Young, 1961: 47). Eşitlikçi bir toplum böyle mümkün olacaktır. "Yani bir doğum aristokrasisi veya bir zenginlik plütokrasisi ile değil, gerçek bir yetenek meritokrasisi ile başka bir deyişle entelektüel olarak yetenekli olanlarla."

(Young, 1961: 25) Bu amaçla, ilkokullar ücretsiz hale getirilmiş ve üniversite bursları demokratikleştirilmiştir (Young, 1961: 46).

Çağdaş Toplumda Meritokrasi

Young'un da ima ettiği gibi, en geç Max Weber'in Protestanlık hareketi üzerine yaptığı çalışmalardan bu yana, ekonomik örgütler aracılığıyla eşitlik sadece Marksist değil aynı zamanda dini kavramlarla da tasarlanmaya başlandı. Weber'in kendisi de Protestan etiği tarafından yönlendirilen bir ekonomik anlayışa sahipti ancak Protestan etiğinin kapitalizmin yıkıcı yanlarını evcilleştirip evcilleştiremeyeceği konusunda korkuları vardı (Weber, 1986: 537-571; Demir, 2016: 97). Gerçekten de en azından işlevselliğin, sınıfsal farklılaşmanın yoğun olduğu toplumlarda hedonizmin Protestan etiğinin yerini aldığına görmek için iyi nedenler var (Bell, 1974: 115-119; Demir, 2016: 19). Bu anlamıyla sorun ya o ya da bu değil. Daha çok ne tür eşitsizliklerin ne tür sosyal ve etik farklılıklara yol açtığı ve hangi mekanizmanın çağdaş topluma nasıl yansıdığıdır? Sosyal bilimcilerin öteden beri dillendirdikleri gibi gelir, servet ve güç farklılıklarından doğan eşitsizlikler zamanla eğitim, sağlık, barınma ve hizmetlerdeki adaletsizliklere dönüşmektedir. *The Economist* bile tam da toplumsal eşiklik önündeki bu büyük engeller karşısında "biraz yaratıcı yıkım" çağrısında bulundu.¹

Bu açıdan bakıldığında sorulması gereken soru, meritokrasinin yeni koşullar altında bireysel ilerleme şansını nasıl etkilediği ve toplumdaki eşitsizlikleri değerlendirmek için hala iyi bir ölçüt olup olmadığıdır. ABD sadece işlevselliğin yoğun, eşitsizliklerin uç olduğu bir toplum değil aynı zamanda farklı azınlıklardan meydana gelen ve bu çeşitliliğin göç sayesinde olduğu bir toplum olması bakımından bu soruya cevap geliştirmek için iyi bir örnek teşkil etmektedir. Buna ise su tespitle başlanabilir: Yerli halklar hem fiziksel hem de sosyal olarak neredeyse yok edildikten sonra, *Kızıl ve Mavi Devletler* olarak adlandırılan sosyal, tarihsel ve sosyolojik olarak birbirinden farklı iki devlet sahibi grup ortaya çıkmıştır. Bell'e göre, kuruluş döneminde her bir grup içindeki eşitlik ilkesi Püriten seçim (*calling*) anlayışına dayanıyordu. Bu gelenek nedeniyle, ABD'nin *Anayasa Koyucuları* (*Constitutional Fathers*) yetenek ve beceriye dayalı elit, lider ve de yönetim fikrine ikna olmuşlardır (Bell, 1974: 424). Onlarda eğer isterlerse herkesin "başarabileceği" inancı hakimdi.

Püriten seçim (*calling*) öğretisine göre, birey diğer taraftaki yerini kendi eylemleriyle ancak nihayetinde Tanrı'nın kararıyla önceden belirlerken, ABD'nin *Anayasa Koyucuları* bu düşünceye, hiç kimsenin bir aristokrat gibi davranmaması ve başkaları üzerinde üstünlük kurmaması gerektiği, bunun yerine seçkinlerin yalnızca

¹ The Economist (2018): "Free exchange. Barriers to entry", s. 69. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2018/05/10/barriers-to-entry> [08. 02 2023].

kişisel başarılarıyla seçilmişlerin arasında ayrılması gerektiği yönünde belirleyici bir yön verdiler (Weber, 1986: 103; Bell, 1974: 424-425). Bununla birlikte, Püriten seçim (*calling*) dogması gibi bir tür, bir kaderde eşitlik yaşam modelinin günümüz çoğulcu modern toplumlar için yol gösterici bir fikir olamayacağı da açıktır (Rawls, 1975; Walzer, 1983; Habermas, 1991: 166-167; Demir, 2021).

Buna bir de meritokratik fırsat eşitliği eklendiğinde ve saf haliyle uygulandığında, istenen eşitliği sağlamakta başarısız olmakla kalınmayacak aynı zamanda gözle görülür bir eşitsizliğe de yol açacaktır. Püriten seçim beklentisi ise bu eşitsizliği ekonomik araçlarla değil gerçek ötesi temellendirmeyle bu dünyanın insanını diğer dünyaya havale ederek öteki dünyada olabilecekleri bu dünyada olanın sırtından meşrulaştırarak, bu dünyada reel yaşanan kader, etik-(din) ve/veya kan bağıyla kurulduğu varsayılan kardeşliğe de zarar vermiş olacaktır. Zenginliğin bir nesilden diğerine aktarılmasının, yeteneklerin kültürel olarak yerleşik “kalıtsallığın” bir sonucu olarak, yetenekli olanlar, eşit olmayanların aleyhine giderek daha fazla güç kazanacaktır. Özellikle çok sayıda ve farklı tip azınlığın bulunduğu ABD’de böyle bir eşitlik anlayışı, güç ve prestij makamlarının mevcut seçkinlerin elinde kalmasına, eşitsizliklerin nesilden nesille aktarılmasına ve kendi topluluklarındaki eski (dini) azınlıkların (örneğin Katolikler ve/veya Yahudiler) ve yeni azınlıkların (Siyahlar, Latinler ve LGTBQ) topluluklarındaki eşitsizlikler pahasına eşitliği genişletmelerine neden olacaktır (Bell, 1974: 428).

Soru, bu teorik varsayımların ampirik verilerle uyuşup uyuşmadığıdır. Teorik olarak Parsons’ın *Sosyal Bir Sistem Olarak Okul (The School Class as a Social System)* adlı eserin de okulun bir sosyalleşme yeri olarak üstlendiği rolüne vurgu yapar (Parsons, 1959; bkz. Oevermann, 1997: 109-115). Bu bağlamda James Coleman 1964 tarihli ABD *Sivil Haklar Yasası*’na (*Civil Rights Act*) dayanarak meritokrasinin eğitim sistemi içindeki etkisini ampirik olarak da incelemek üzere görevlendirilmiştir. Coleman, 4.000 okul ve 600.000 öğrenciyi kapsayan bir çalışma başlattı. Coleman “siyah ve beyaz okullar” arasındaki eğitim kaynaklarında büyük farklılıklar olmasını bekliyordu. Ancak *Eğitimde Fırsat Eşitliği (Equality of Educational Opportunity)* adlı çalışma, okullar arasındaki kaynak bazlı veya resmi müfredat gibi ölçülebilir farklılıkların öğrenci başarısı açısından önemli olmadığını ortaya koymuştur. Buna karşılık, okula başladıklarında beyaz ve siyah çocuklar arasında öteden beri bilinen büyük farklar vardı. Ancak Coleman bu farkın, öğrencilerin kendi performanslarından değil Bourdieu’nün anlayışıyla ebeveynlerin eğitimsel ve ekonomik sermayelerinden kaynaklandığını dillendirdi (Bourdieu, 2009). Ve Coleman bu çerçevede şu tespiti yaptı:

“Öncelikli olarak, her bir ırk grubu içinde, ailenin ekonomik ve eğitimsel geçmişinin başarı ile olan güçlü ilişkisi okul dönemi boyunca azalmamakta ve

hatta ilköğretim yıllarında artabilmektedir. İkinci olarak, öğrenci başarısındaki değişimin çoğu aynı okul içinde, çok azı ise okullar arasındadır. Bu son iki sonucun anlamı açıktır: Aile geçmişindeki farklılıklar, okul farklılıklarına kıyasla başarıda çok daha fazla değişkenlik yaratmaktadır.” (Coleman, 1966: 73)

Coleman bir sonraki araştırmasında ailesel geçmiş, eğitim ve ekonomik kaynaklar arasındaki bağlantıyı daha açık bir şekilde vurgulamıştır (Coleman, 1967: 21). Coleman’ın araştırması, eğitim sistemi içinde sadece fırsat eşitliğine dayalı eğitim politikasının, mevcut eşitsizlikleri daha da kötüleştirdiği yönündeki güçlü teorik varsayımın ampirik olarak da anlamlandırılmasını sağlamıştır. Öğrencilerin bireysel yetenekleri değil, ebeveynlerinin yetenekleri ve ekonomik kaynakları öğrencilerin performansları üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Coleman’ın araştırması, sadece çıktıya, *input* bazlı eşitlik prensibinin eşitsizlikleri teşvik ettiğine dair ampirik argüman sunmuştur. ABD’de ayrımcılığa karşı ilk adımlar da bu bulgular sayesinde atılmıştır. Öğrenciler, okulların maddi kaynakları nedeniyle değil kendilerini ölçebilecekleri sınıf arkadaşlarının varlığı yani “akran etkisi” nedeniyle başarılı olmak için motive olurlar. Buna göre, karma bir sınıfta, ebeveynleri yüksek eğitim niteliklerinin yanı sıra istekli olan, onlara yardım etmek için kaynak sağlayan ve dolayısıyla onlardan daha yüksek eğitim talepleri olan beyaz öğrencilerin oranı ne kadar yüksekse, sadece bu gerçeklere dayanarak kendilerini ortanca ile aynı hizaya getiren siyah öğrencilerin performansı da o kadar yüksek olacaktır.

Tam da bu yüzden Bell, sosyal ve/veya eğitim programlarının fırsat eşitliği yerine fırsat adaleti (sonuç eşitliği) hedefini gözetmesi gereken bir yeniden yapılanma önermiştir (Bell, 1974: 432-433). Bu aynı zamanda Chris Hayes’in de çıkış noktasıdır. Hayes, *Hunter Lisesi*’nden mezuniyetinden başlayarak ABD’nin elitlerinin seçimini yeniden kurgulayarak meritokrasi düşünün gerilemesinin bir tarihini sunuyor. Hayes’e göre *Hunter Lisesi* meritokrasi idealini temsil ediyordu, çünkü öğrencilerini iyi tavsiyeler ve mülakat sırasında iyi bir izlenim gibi öznel kriterlere dayandırarak seçen kolejlerin aksine, liseler seçimlerinde yalnızca “nesnel” olarak ölçülebilir bir teste dayandırıyorlardı. Liseye giriş sınavları yüksek IQ gerektirdiğinden ve bunlar aynı zamanda devlet okulu ve de parasız olduğundan ve sonuç olarak buradaki birçok çocuk alt sosyal sınıflardan ve/veya göçmen kökenli olduğundan, buradan çıkan Amerikan elitler kendilerini dünyaya açık ve özgüveni yüksek kozmopolitler olarak görüyorlardı (Heckman and Heckman, 2013; Heckman, vd. 2014).² Bu liseler “eğer hazırsan başarabilirsin” sloganından hareketle işte tam da

² Nobel ödüllü yazar James J. Heckman için bakınız: URL: <https://heckmanequation.org/about-professor-heckman/> [06.02.2023].

Amerikan Rüyasının (American dream) temellerinin atıldığı ve de küçük ölçekte gerçekleştiği yerlerdir; “Okulu canlandıran şey, öğrencilerinin yetenek ve enerjisinden duyulan kolektif bir haz ve kazanılmış genel bir üstünlük duygusudur.” (Hayes, 2012)

Bununla birlikte liselerin bu yüksek itibarı, istemeden de olsa zamanla bir tür sınava hazırlık endüstrisinin oluşmasına yol açtı. Bu ise artık, işçi sınıfı ve/veya göçmen kökenli çocukların değil de tabii ki daha çok yüksek makam ve prestij sahibi ailelerin çocuklarının önünü açtı. Buralarda sadece bu gruptan bireylerin çocukları özel ders alabiliyordu. Bu rasyonalizasyonun sonucu, dezavantajlı gruplardan gelen çocukların sayısının önemli ölçüde azalması olmuştur: 1995 yılında *Hunter Lisesi*’ndeki siyah öğrenciler tüm öğrencilerin %12’sini, Hispanikler ise %6’sını oluşturuyordu. 2009 yılına gelindiğinde siyah öğrencilerin oranı %3’e, Hispaniklerin oranı ise %1’e düşmüştür. “Liyakat piramidi, zenginlik ve kültürel sermaye piramidinin aynası haline geldi.” (Hayes, 2012) Hayes’e göre eşitlik isteminin bu şekilde tersine dönmesi, yüksek güç ve prestije sahip makamlardaki kişilerin örgütsel kapasitesi nedeniyle gerçekleşmektedir. Bu bulgular başka ampirik çalışmalarda da tekrarlanmıştır (Diekmann, 2008: 42-43; Heckman and Heckman, 2013; Putnam, 2015; Bloome, Dyer ve Zhou, 2018).

Hayes bu gibi nedenlerden dolayı meritokrasinin işleyebilmesi için iki mekanizmanın mevcut olması gerektiği sonucuna varmaktadır. İlk olarak, eşit olanın eşit olmayandan ayırt edilebileceği bir kıstas sağlamalıdır. Hayes buna farklılaştırma ilkesi adını vermektedir. Bu kıstasla, insanlar mevcut yetenekleri temelinde karşılaştırılabilir ve aralarından en yetenekli ve istekli olanlara güç ve prestijle ilişkili makamlar emanet edilebilir. Buna doğal meritokrasi denebilir. Çünkü burada prensip doğal, yani doğuştan gelen farklılıkların toplum yararına en iyi şekilde istihdam edilmesi fikri üzerine kurulu. Bu fikre göre insanların geçmişlerine bakılmaksızın performansla yetenek arasında maddi, yapısal, iletişimsel bir ilişki olmalı. İkinci olarak, etkin bir meritokrasi aynı zamanda sosyal hareketliliği de sağlamalıdır. Performanslarında gevşeklik gösteren veya gerekli başarıları ancak gecikmeli olarak gösterenlerin yeni durumun bir sonucu olarak merdivenin yukarısına çıkabilmeleri ve/veya aşağısına inmeleri için meşru bir mekanizma sağlamalıdır. Eğer sistemde ceza ve ödül mekanizmaları yoksa, kendini bu farklılaştırma ilkesine sadık kalarak meşrulaştıran ama bu arada sosyal hareketlilik ilkesine artık uymayan elit kesim, performans ve yetenek arasındaki orantılılığa da artık uymayacaktır. Bunun yerine elit kesim, Hayes sosyolog Robert Michels *Oligarşinin Tunç Kanunu* fikrinden esinlenerek *Meritokrasinin Demir Yasası (Iron Law of Meritocracy)* olarak adlandırdığı şekilde, gücünü korumak için örgütsel kapasitesini kullanacaktır. Bu durumda meritokrasi oligarşiye eşdeğerdir, çünkü eşitsiz başarı performansı en

başından fırsat eşitliği idealini yok eder. Bu durumda, *Meritokrasinin Demir Yasası* fark yaratmaktadır:

“Meritokratik ideal etrafında düzenlenmiş toplumlar, beraberinde hareketlilik olmaksızın eşitsizlik üretecektir. Gerçekten de, zaman içinde bir toplum daha eşitsiz ve daha az hareketli hale gelecektir, zira toplumda yükselenler ayrıcalıklarını korumak ve savunmak için araçlar yaratacak ve bunu nesilden nesile aktarmanın yollarını bulacaklardır. Ve ortaya çıktığı üzere bu, 1970’lerin ortalarından bu yana Amerikan ekonomisinin gidişatının oldukça yerinde bir tanımıdır.” (Hayes, 2012)

Bu bulgunun hazmedilmesini zorlaştıran bir diğer husus da başka bağlamlarda da teyit edilmiş olmasıdır (Berger ve Kahlert, 2005). Meritokrasi, serbest eğitim rekabeti anlamına gelir ve eşitsizlikleri azaltmayı kendine hedef olarak belirler. Güç ve prestij/statü pozisyonlarına erişim, sosyal sınıf, etik-, etnik köken ve cinsiyet gibi tanımlayıcı özelliklerden soyutlanmalıdır. Meritokrasi bunların yerine, okul notları, eğitim nitelikleri ve kimlik bilgileri, sosyal olarak arzu edilen bu pozisyonlara erişimi belirlemelidir fikri üzerine inşa edilmiştir. Öte yandan, bu varsayımlar için ampirik bir neden bulunmamaktadır.

“Gerçek şu ki, meritokrasi bir efsanedir. Zenginlik üzerinden ödüllendiren eşitsizliği artıran sosyal sistemler sosyal hareketliliğe yardımcı olmaz ve insanlar ayrıcalıklarını çocuklarına aktarır. Muhafazakârlar miras vergisi eşliğini yükselterek bu durumu çok daha kötü hale getirdiler. Ve gramer okullarını yeniden uygulamaya koymaları, çocukları bölmek ve zaten ayrıcalıklı olanları (genellikle pahalı özel öğretmenlerin yardımıyla) ayrıcalıklı hale getirmek için son derece dar eğitim önlemlerini kullanmayı içerecektir. Coğrafyacı Danny Dorling’in dediği gibi, bu bir ‘eğitim apartheid’ sistemidir.” (Litter, 2017):

Sosyal yapı verilerine dayanarak, ABD’de elit hareketliliğinin artık gerçekleşmediğini ve aynı zamanda bu eşitsizliğin eğitimle, yani aktörlerin beceri ve yetenekleriyle el ele gitmediğini görülmektedir (Goldthorpe, 1996; Heckman and Heckman, 2013; Putnam, 2015). Sanayileşmiş ülkeler arasında eşitsizliğin en fazla olduğu ülke ABD’dir.³ Bu durum sadece ekonomik alanda değil aynı zamanda hukuk

³ ABD’deki çelişkilerin bir listesi için Bacevich’in makalesine bakın, *The Guardian*; Bacevich, Andrew (2020): „Freedom without constraints: how the US squandered its cold war victory.“ In: *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/news/2020/jan/07/freedom-without-constraints-how-the-us-squandered-its-cold-war-victory> [08. Dez. 2020].

sistemi, siyaset, kültür, bilim ve intihar oranlarında ve de yolsuzluk indekslerinde kendini göstermektedir (Dube vd., 2001).⁴

Sonuç ve Değerlendirme

Bir birlikte yaşama ve uzun erimde de iyi ve doğru karar alma mekanizması olarak demokrasi günümüzde artık kabul gören evrensel bir değer olarak tanınıyor. İster temsili isterse de direkt veya yarı-direkt demokrasi olsun, soru demokrasilerin meşruluğundan çok nasıl daha etkin hale getirilebileceğidir. Buna verilen her iyi cevap, birlikteliğe ait kişi ve grupların istekleri, kültürel değerleri ve bunları gerektiğinde kritik bir bakışla gözden geçirebilecek ve de evrensel olma ihtimali olan (hukuk) prensipleri ışığında değerlendiren kurumların varlığının olmazsa olmazlara dahil olduğudur. Tam da bu yüzden yerindelik (subsidiarity) ilkesi, yani hizmetlerin verilmesinde halka yakınlık ölçütü bütün gelişmiş olan demokrasilerin esas aldığı bir ilkedir. Örneğin *Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı*⁵, kamuda hizmette vatandaşa yakınlığı temel ilke alır. Kaynakların dağılımında, yetkinlik ve ekonomik gerekliliklerin tespitinde de bu ilke görevlerin kapsam ve niteliğinin belirlemede bizzat karardan etkileneceklerin rızasının alınması gerektiğine vurgu yapıyor.

Bu ideale ulaşmada varılan duraklardan biri meritokrasidir. Young, zenginliğin ve yoksulluğun miras bırakılmasına karşı uyarıda bulunmakta ve insanların yetenek ve becerilerine göre adil muamele gördüğü bir sentez olarak meritokrasiyi önermektedir (Young, 1961: 215). Young özellikle kitabının ilk bölümünde Meritokrasiyi modernitenin bir talebi olarak tanımlıyor ve bu anlamda bu kavramı olumlu bir şekilde yorumluyor. Young bu meritokrasi anlayışının toplumsal, eğitimsel, kişisel ve ideolojik düzeylerde muhafazakâr ve modernite yanlısı kesimi bir araya getirdiğini düşünür. Niyete göre meritokraside güç, aynı zamanda topluma en faydalı olan yeteneklilerin otoritesine bağlanmalıdır (Young, 1961: 37). Buna göre, eğitim sisteminde en faydalı olduğunu gösteren kişi, toplumda en yüksek etki/güç ve prestij/statü ile en iyi iktidar pozisyonlarını elde etmelidir. (Bell, 1974: 453). Dolayısıyla meritokrasi, ortak olanda kurumsallaşmış ve ahlaki olarak meşrulaştırılmış eşitsizliklerin düzeltilmesinin ölçüsü olarak öneriliyor. “Güç ve servet sahibi olanların, servetleri için ahlaki destek olarak kusursuz yasal unvanlara ihtiyaç duydukları” kesindir (Young, 1961: 176). Diğer bir söylemle, meritokrasi her ne kadar iktisadi bir anlayışsa da bu anlayışı meşru kılan fikirlerin temellerini din, soy ve ahlaktan aldıklarını görmeği göz ardı etmemeli. Sorulması gereken asıl soru, meritokrasinin eşitliğin toplumsal bir vizyon olarak meşrulaştırılacağı değer olup olmadığıdır (Young, 1961: 180, 210). Young bu soruya şu cevabı verir: Meritokrasi

⁴ Bunun için de bakınız, URL: <https://afsp.org/about-suicide/suicide-statistics/> [06. März 2019].

⁵ Türkçe metni için bakınız, URL: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/21364.pdf> [08.02.2023].

mükemmel bir sistem değildir, ancak diğer deneyimlerle karşılaştırıldığında sadece farklı hareketlerin bir uzlaşması değil aynı zamanda daha güçlü bir kıstastır (Young, 1961: 175-179, 232-235, 240-260).

İşlevselci bir yaklaşımla meritokrasinin üç özelliği vardır; birincisi o bir performans değerlendirme ölçütüdür (a), ikincisi o bir meşrulaştırma ölçütüdür (b) ve üçüncüsü de o bir ideolojidir (c). **Performans değerlendirme ölçütü (a)** işlevindeki meritokrasi, okullarda öğrencilerin başarısı öğretilen içeriğe hakimiyetlerine bağlı hale getirildiğinde devreye girmektedir. Her ne kadar okullar öğrencilerinin performansını sadece okul içinde değerlendiriyor olsalar da öğrenciler sadece okul içinde öğrendikleri beceri ve yetenekler temelinde performans göstermezler. Aksine hem teorik ve hem de ampirik olarak okul dışında harcanan veya harcanmayan zamanın okul içinde elde edilen başarılar için belirleyici bir rol oynadığını varsaymak zorundayız (Bourdieu, 2009: 111-122). Meritokrasinin bir performans ölçütü olarak işlevi, sadece öğrencilerin performansını dikkate alıp ebeveynlerinin performansını göz ardı ettiği için başarısız olmaktadır.

“Bu nedenle, eğitim kurumlarının örgütsel düzenlemelerindeki tarihsel değişiklikler veya ülke farklılıkları, eğitim ile sosyal köken arasında bir bağlantı olup olmadığını değil, sadece ne ölçüde olduğunu belirlemiştir.” (Solga, 2005: 20)

Meritokrasinin bir meşruiyet ölçütü olarak işlevi (b) iki durumdan kaynaklanmaktadır. Birincisi, güç ve prestijle ilişkilendirilen makamların sahipleri bireysel başarılarını toplumdaki meritokratik eğitim kurumlarında edindikleri derecelere güvenebildikleri ölçüde bu kurumlarla ilişkilendirdiler. Bu kurumlar başarılarından kaynaklı güvenlerini halktan alırlar. Onları toplumda meşru kılan, halkın bu kurumlara olan güvenidir. İkinci durum, sermayenin kalıtsal özelliğinden eğitimden ekonomiye aktarılmasının meşrulaştırılması, yani güç ve prestijle ilişkili makamların iyi eğitilmiş bireyler tarafından doldurulması fikri, alt sosyal katmanlardan gelen öğrencilerin eğitim sistemine dahil edilmesinden kaynaklandığı gerçeğinde görülebilir - tersi değil. Güç ve prestijle ilişkili makamların meritokratik okul sistemiyle hiçbir ilgisi olmasaydı o zaman ekonomik sistem içinde eğitime dayalı bir tahsisat bu meşrulaştırmayı hiç iddia edemezdi.

Meritokrasi bir **ideolojidir (3)**: Meritokrasi sadece bir söylem ve mit değil aynı zamanda bir ideolojidir. Parsons, ABD için meritokrasi ile birlikte kendi kendini yetiştiren adam (*selfmade-man*) mitinin sadece nostaljik bir romantizme dönüştüğünü iddia edecek kadar ileri gitmiştir (Parsons, 1971: 178). Bu durum meritokrasinin sadece paranın sistemik işlevini üstlenmesine rağmen, eşitsiz eğitim fırsatını ve performanstaki bireysel farkları meşrulaştırmak için doğal bir açıklama

olarak kullanılmasıyla desteklenmektedir. Bu bağlamda meritokrasi kavramı, eğitim sisteminin para aracılığıyla başarı şansının objektif olarak yani doğal adalete göre doğrudan piyasanın kendisi tarafından değerlendirildiği ekonomik sistemle uyumlu hale getirilmesidir. Doğuştan gelen ve/veya sonradan kazanılan yetenekler, kullanım ve kâr açısından piyasada birbirleriyle rekabet halindedir. Dolayısıyla, bireysel başarı şansları arz ve talebe dayanır ve bu arz ve talep sistemin hukuk anlayışı ve de ideolojisi tarafından yönlendirilir (Goldthorpe, 1996: 255-257). Bu hüküm, meritokrasinin nesnel ve bireysel bir meşruiyet ölçütü olarak işlev görmesinden ve “eğitimin kazanılmasında (görünüşte) serbest rekabetin (...) bundan türetilmesinden, bu sosyal olarak eşitsiz eğitim fırsatlarının istikrarına önemli bir katkıda bulunmasından kısmen sorumludur.” (Solga, 2005: 21).

Ancak işlevsel bakışın ilerisine gidilmek istendiğinde, meritokrasinin bir ayağının eğitim ve diğer ayağının da toplumsal kurum, görüş ve beklentiler olduğunu görmeyi gerekli kılar. Bu yüzden de sorulması gereken soru, toplumdaki eşitsizlikleri adil bir şekilde iyileştirmek için meritokrasinin hala iyi bir ölçüt olup olmadığıdır? Bu soruya ise şu cevap verilebilir: Meritokrasi toplumun geneline olumlu sonuçlar doğuracağını varsaydığı için toplumsal bir proje olarak kabul gördü. Meşruluğunda belirleyici olan onun genel toplum için ürettiği sonuçlardır. Bu sonuçlar üstelik hem egoist davranan birey için hem de toplumsal genel çıkarı savunan altruistic yaklaşımlar için geçerliydi. Meritokrasi iyidir, iyiliğin son noktasıdır (*summum bonum*), çünkü burada hem meritokrasi öncesi bireylerin özel çıkarların korunması ve hem en meritokrasiyle birlikte çok kişiye yarar sağlamak mümkündür. Bu anlamıyla meritokrasi faydacılık fikri üzerine inşa edilmiştir. Ancak faydacılık üzerine kurulu bu kriterin azınlık olarak görülen birey ve grupların çıkarına, özgürlüklerine rağmen gerçekleşme olasılığı var. Meritokrasi savunucuları bu ihtimali göz ardı ederler. Genel mutluluğu artırmayı hedeflemek bazen kimi bireysel ama anlamlı çıkarlardan feragat etmek anlamına gelebiliyor. İşte bu yüzden İmmanuel Kant, John Rawls (1975) ve Jürgen Habermas (1983) gibi filozoflar faydacılığın kamusal fenomenlerin düzenlenmesinde belirleyici anlayış olarak alınmasını reddederler. Kamuyu ilgilendiren kararlar arzu, istek ya da tercih gibi ampirik yer, zaman ve mekana göre değişkenlik gösteren varsayımsal fayda yerine daha evrensel kriterler ışığında alınmalıdır, Kant’ın kategorik / koşulsuz buyruğu gibi. Bu durumda iyi, doğru ve güzel kontingent değil, kaynağı akıl, a priori, deneyimden bağımsız kendi başına iyi, doğru ve güzel olduğu için iyi, doğru ve güzeldir.

John Rawls’un optimallik ve farklılık ilkesinden hareketle önerdiği demokratik eşitlik önerisi buna iyi bir örnek teşkil ediyor. Optimallik ilkesiyle Rawls, daha sonra Pareto Optimum ile de belirlediği sosyolojik gerçekleri kapsamak ister (Pareto, 1935). Farklılık ilkesine göre, sosyal dağılımın türü, en az şanslı olana mümkün olan en iyi beklentileri verip vermediğine göre değerlendirilir. Rawls’un bu mantığına

dayanarak tüm toplumları, avantajlı makamların herkese açık olup olmadığına veya toplumsal yapıların toplumda elde edilen avantajları herkesin yararına dengeleyip dengeleyemediğine göre ayırır (Rawls (1975): 86). Rawls böylece toplumsal eşitsizliklerin yalnızca meritokrasi ilkesine tekabül etmelerinin yetmediğini, yani kariyerlerin yeteneklilere açık olmasının yanı sıra toplumda ortaya çıkan eşitsizliklerin en az ayrıcalıklı kişinin mümkün olan en iyi beklentilere sahip olmasını sağlaması durumunda meşrulaştırılacağını varsayar (Rawls, 1975: 81, karş. 174-185, 336-337). Bu ise meritokraside değil demokratik cumhuriyette mümkündür.

Kaynakça

- Acar, Alpcan (2019): Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı ve Türkiye'ye Yansımaları. BEÜ SBE Dergi, 8(1), 277-293.
- Aristoteles (1909): *Nikomachische Ethik*. Jena.
- Baume, Sandrine and Papadopoulos, Yannis (2022): "Against Compromise in Democracy? A Plea for a Fine-Grained Assessment." *Constellations*, 29 (4): 475-491.
- Becker, Rolf und Hadjar, Andreas (Hrsg.) (2017): Meritokratie - Zur gesellschaftlichen Legitimation ungleicher Bildungs-, Erwerbs- und Einkommenschancen in modernen Gesellschaften. Wiesbaden: Springer VS.
- Bell, Daniel (1974): *The coming of post-industrial society: a venture in social forecasting*. London: Heinemann.
- Berger, Peter A. und Kahlert, Heike (Hrsg.) (2005): *Institutionalisierte Ungleichheiten. Wie das Bildungswesen Chancen blockiert*. Weinheim: Juventa.
- Bloome, Deirdre, Shauna Dyer, and Xiang Zhou (2018): "Educational Inequality, Educational Expansion, and Intergenerational Income Persistence in the United States." *American Sociological Review* 83(6): 1215-53.
- Bourdieu, Pierre. (2009): "Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital." In: Solga, Heike, Powell, Justin und Berger, Peter A. (Hrsg.): *Soziale Ungleichheit. Klassische Texte zur Sozialstrukturanalyse*. S.111-125. Frankfurt am Main: Campus.
- Coleman, James (1967): "Toward open schools." In: *The Public Interest*, 9 (Fall): 20-27. URL: https://www.nationalaffairs.com/public_interest/detail/toward-open-schools [06.02.2023].
- Coleman, James (1996): "Equal schools or equal students?" In: *The Public Interest*, 36 (Sommer): 70-75. URL: <https://www.nationalaffairs.com/storage/app/uploads/public/58e/1a4/a0c/58e1a4a0c3754488421703.pdf> [06.02.2023].
- Demir, Ali (2016): *Von Muhammad zu Atatürk: Eine Analyse des türkischen Pfades in die Moderne anhand der Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas*. Zürich: Lit.
- Demir, Ali (2021): "Çoğulcu Kamusal Alanda Dini Kimliklerin Özgürlüğü ve Demokrasi İletişimi." *Etkileşim Dergisi*, Vol.7. S. 98-127. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1608972> [06.02.2023].
- Diekmann, Andreas (2007): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Hamburg: Rowohlt.
- Dube, Shanta R./ Anda, Robert F./ Felitti, Vincent J./ Chapman, Daniel P./ Williamson, David F. and Giles, Wayne H. (2001): "Childhood Abuse,

- Household Dysfunction, and the Risk of Attempted Suicide Throughout the Life Span Findings From the Adverse Childhood Experiences Study.” In: *JAMA*, Vol.286(24): 3089-3096. URL: <https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/194504> [06.02.2023].
- Goldthorpe, John H. (1996): “Problems of Meritocracy.” In: Erikson, Robert and Jonsson, Jan O. (Ed.): *Can Education Be Equalized? The Swedish case in comparative perspective*. S. 255-287. Boulder: Westview Press.
- Habermas, Jürgen (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns*, Band II: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1983): *Moralbewusstsein und kommunikatives Handeln*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1991): *Erläuterungen zur Diskursethik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1998): *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Habermas, Jürgen (2019): *İletişimsel Eylem Kuramı*. Alfa: İstanbul.
- Hayes, Chris (2012): “Why Elites Fail. They’re hyper-educated, ambitious and well rewarded. So why are our elites so incompetent?” In: *The Nation*. URL: <https://www.thenation.com/article/why-elites-fail/?print=1>[06.02.2023].
- Heckman, James J.; Humphries, John Erich and Kautz, Tim (ed.) (2014): *The myth of achievement tests: the GED and the role of character in American life*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Honderich, Ted (1990): *Conservatism*, Westview Press: Boulder & San Francisco.
- James J. Heckman and Heckman, James J. (2013): *Giving kids a fair chance: a strategy that works*. Cambridge: The MIT Pres.
- Lijphart, Arend (2006): *Demokrasi Motifleri. Otuz Altı Ülkede Yönetim Biçimleri ve Performansları*. Çeviren Güneş Ayas ve Utku Umut Bulsun. İstanbul: Salyangoz.
- Linder, Wolf and Mueller, Sean (2021): *Swiss Democracy Possible Solutions to Conflict in Multicultural Societies* .Fourth Edition. Open Access. Palgrave, Macmillan.
- Lipset, Seymour Martin (1959): “Some Social Prerequisites of Democracy: Economic Development and Political Legitimacy.” *American Political Science Review*, 53(1): 69-105.
- Litter, Jo (2017): “Meritocracy: the great delusion that ingrains inequality.” In *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/mar/20/meritocracy-inequality-theresa-may-donald-trump> [06.02.2023].

- Marx, Karl (1848): *Manifest der Kommunistischen Partei*. URL: <http://gutenberg.spiegel.de/buch/manifest-der-kommunistischen-partei-4975/1> [06.02.2023].
- Natorp, Paul (1904): *Sozialpädagogik: Theorie der Willenserziehung auf der Grundlage der Gemeinschaft*. Stuttgart: F. Frommann (E. Hauff).
- Oevermann, Ulrich (1997): "Theoretische Skizze einer revidierten Theorie professionalisierten Handelns." In: Helsper, Werner, und Combe, Arno (Hrsg.): *Pädagogische Professionalität. Untersuchungen zum Typus pädagogischen Handelns*. S. 70-183. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Papadopoulos, Yannis (1995): "Analysis of Functions and Dysfunctions of Direct Democracy: Top-Down and Bottom-Up Perspectives." *Politics and Society*, 23 (4): 421-448.
- Pareto, Vilfredo (1935): *The mind and society, Trattato di sociologia generale*. Harcourt, Brace and Compony: New York.
- Parsons, Talcott (1959): "The School Class as a Social System. Some of Its Functions in American Society." *Educational Review* (29): 297-318.
- Putnam, Robert D. (2015): *Our kids: the American Dream in crisis*. New York: Simon & Schuster.
- Rawls, John (1975): *Eine Theorie der Gerechtigkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Sartori, Giovanni (1997). *Demokratie Theorie*. Darmstadt: Primus.
- Schilling, Walter (1975): "Politische Bildung und Erziehung in der Sowjetunion." H.O. Hoewelborn, 1975. Niederkassel-Mondorf : H.O. Hoewelborn.
- Schmidt, Manfred (2008): *Demokratietheorien. Eine Einführung*. 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Scholtz, Hanno (2021): *Reclaim Responsibility with Civil Democracy. How to Empower Ourselves to Save the Climate, Foster Democracy, and End Violence*. Lulu Press.
- Solga, Heike. (2005): "Meritokratie -die moderne Legitimation ungleicher Bildungschancen." In: Berger, Peter A. und Kahlert, Heike (Hrsg.): *Institutionalisierte Ungleichheiten. Wie das Bildungswesen Chancen blockiert*. S. 19-38. Weinheim: Juventa.
- Walzer, Michael (1983): *Spheres of Justice: a defence of pluralism and equality*. New York: Basic books.
- Weber, Max (1980): *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriss der verstehenden Soziologie*. Hrsg. von Johannes Winckelmann. Studienausgabe. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Weber, Max (1986): *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*. Tübingen: Mohr.

Weber, Max (2018): *Protestan Ahlakı ve Kapitalizm Ruhu*. Çeviri: Zeynep Gürata. Ayraç: Ankara.

Young, Michael (1961): *Es lebe die Ungleichheit: auf dem Weg zur Meritokratie*. Düsseldorf: Econ-Verlag.

28. Bölüm

'Biz', 'Cesur Yeni Dünya' ve '1984' Distopik Romanlarında Yazar Kavramlarının Analizi*

Shalala RAMAZANOVA¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi Ardahan Üniversitesi İnsani Bilimler ve Edebiyat Fakültesi Rus Dili ve Edebiyat Bölümü, shramazan18@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3252-6504.

Giriş

Çalışmamız, giriş, araştırma sonuçları ve tartışma ile sonuç başlıklarından oluşmaktadır.

Edebiyat biliminde ütopya, ideal bir toplumu, anti-ütopya ise her şeyin kötü olduğu bir toplumu tasvir eder. Bu türler bilimkurgunun farklı türleri olarak kabul edilebilir.

Ütopya, gerçek hayatta var olmayan mükemmel bir toplum anlamına gelen Yunanca ou – “yok” ve topos – “yer” kelimesinden gelir. “Ütopya” terimi, “*De optimo reipublicae statu deque nova insula Utopia*” veya “*Utopia*” adlı kitabında ideal bir devletin adı olarak kullanan İngiliz yazar Thomas More tarafından ortaya atılmıştır. Eserdeki olaylar, kendisini beş yıllığına Ütopya adasında bulan gemici Raphael Hythloday tarafından anlatılmaktadır. Buna göre adada yoksulluk ortadan kaldırılmıştır, suç olmadığı için yasa yoktur, diğer ülkelerden paralı askerler ordu için işe alınır, özel mülkiyet yoktur, her vatandaşa geçimini sağlamak için kullanabileceği bir meslek öğretilmeye çalışılır. Ayrıca tüm insanlar günde sadece altı saat çalışır ve gereksiz lüksler üretmez, devlet işlerine bilge ve eğitilmiş temsilcilerden oluşan bir grup karar verir ve ülke, halkın adayları arasından seçilen bir başkan tarafından yönetilir. Başkan ömür boyu seçilir, ancak zorbalık nedeniyle görevden alınabilir. Adada tüm dinler yaygındır ve ateizme izin verilmez çünkü inançsız biri kötü şeyler yapabilir (2002, s. 30-135). Böylelikle, gemici Raphael Hythloday, adadaki ideal kurumlara hayranlık duyarken, Avrupa devletlerinin yasalarını ve geleneklerini eleştirir. Yazar ise eserinde, her şeyin aklın yasalarına göre inşa edildiği, tüm insanların işte, eğlencede, giyimde bile eşit olduğunu, her şeyin düzenlendiği ve her şeyin katı bir programa ve disipline tabi olduğu, kendi bakış açısına göre ideal bir devleti tanımlar. Yazarın Ütopyası, yalnızca çok akıllıca örgütlenmiş, sıradan insanlar tarafından ortaya konmuş bir var oluşun yanı sıra, yeryüzünde mümkün olan bir mutluluk ülkesinin de yer almasıdır.

Dolayısıyla, ütopya toplumsal bir idealin yansıması, mevcut düzenin sosyal bir eleştirisi, acımasız bir gerçeklikten kaçma arzusu ve toplumun geleceğini tahmin etmeye çalışması gibi özellikler barındırıyor. Ayrıca 20. yüzyılda ütopya edebiyatının temel sorunu, genel olarak (anti- ütopya) distopyanın ortaya çıkmasına neden olan ütopyanın gerçekleştirilebilirliğinin ve gerçekleştirilemezliğinin sorunuydu.

Anti-ütopya (distopya) özel bir edebi türdür ya da bazen de “parodi türüdür” diyebiliriz. Edebiyatta anti-ütopya (distopya) bir yazara göre beğenilmeyen veya kötü olduğu düşünülen bir topluluk veya o toplumun tanımıdır. “Anti-ütopya” ya da “distopya” terimi, ilk defa İngiliz filozof ve ekonomist John Stuart Mill tarafından

1868 yılında İngiliz Parlamentosu'nda yaptığı bir konuşmada kullanılmıştır (<http://www.utopiaanddystopia.com/dystopia/dystopia-timeline/>).

Anti-ütopya yazarları, toplumun çeşitli korkularını gerçekleştirme olasılıklarını göz önünde bulundurmaya çalışarak eserlerindeki kahramanları genellikle zor bir ahlaki seçimle karşı karşıya bırakmaktadırlar. Böylelikle, eğer ütopya mükemmel düzen ve uyumun olduğu hayali bir toplum ise, distopya da kaostur. Ütopik bir toplumda insanlar bağımsız ve özgür ise, distopik bir toplumda bundan mahrumlar ve propaganda ile yönetilmektedirler. Bir ütopya, yerleşik devlet sistemleri tarafından kontrol edilmezken, bir distopya zalim bir hükümet tarafından yönetilir. Ütopyada vatandaşlar doğayı korurken, distopyada doğa yok edilir. Distopya kahramanları teknolojiyi iyilik için kullanmazlar. Distopya kahramanları genellikle robotlar ve bilgisayarlar tarafından yönetilirler.

Çalışmamızda en ünlü üç anti-ütopya (distopya) eseri incelenecektir. İncelediğimiz eserlerden ilki Sovyet yazarı Yevgeniy İvanoviç Zamyatin'e aittir. Yevgeniy İvanoviç Zamyatin'in (1884-1937) 1920 yılında yazdığı anti-ütopyik romanı "*Biz*" SSCB'de 1988 yılına kadar "*ideolojik olarak düşmanca*" ve "*İftira niteliğinde*" bir çalışma olduğu gerekçesiyle yayımlanmamıştır. Yevgeniy Zamyatin'in bu romanı, Aldous Huxley, George Orwell ve Vladimir Nabokov da dâhil olmak üzere 20. yüzyılın birçok ünlü yazarını etkilemiştir. Romandaki olaylar otuz ikinci yüzyılda geçmektedir. Kitabın kahramanı, uzay gemisi "İntegral"ı tasarlayan matematik dehası D-503'tür. D-503, I-330 numaralı bir kadınla tanışır ve ona duyduğu aşk bakış açısını değiştirir. Âşık olduğu kadın onu devrimcilerle tanıştırır. Devrimciler şehri, dış dünyadan koruyan duvarı yıkmak için "İntegral"ın füzelerini şehre doğrultmayı planlarlar. Planları başarılı olur. D-503 daha sonra İyilikçi ile bir görüşme yapar ve hükümdarın kendisinin de kurduğu sistemin kölesi haline geldiğini fark eder. Ancak İyilikçi, I-330'un kahramanı kullandığını söyler. Sonuç olarak, D-503 lobotomiye benzeyen bir işlemden geçmeye karar verir. Böylelikle roman, ideolojik olarak Taylorizm, bilimcilik ve fantezinin reddine dayanan, insanların isimleri yerine numara kullanması, hayatlarının en mahremine kadar tüm alanları kontrollüğü, suçluların özel bir makine tarafından olay yerinde öldürülmesi, sanatın tek devleti yüceltmeye hizmet etmesi, Büyük İki Yüzcüncü Yıl Savaşı'nda milyarlarca insanın ölümü ve ırkların yok oluşuna kadar, alternatifi olmayan bir temelde seçilmiş İyilikçi tarafından yönetilen, bireyin katı totaliter kontrolünün olduğu bir toplumu anlatmaktadır.

İncelediğimiz eserlerden ikincisi İngiliz yazar Aldous Leonard Huxley'in eseridir. Aldous Leonard Huxley'nin (1894-1963) 1931 yılında yazdığı distopik bir hiciv romanı "*Cesur Yeni Dünya*" 1932 yılında yayımlanır. Romanın

başlığındaki epigraf “*Aman Tanrım! Ne kadar çok güzel yüz var! İnsan ırkı ne kadar güzel! Ve böyle insanların var olduğu o cesur dünya ne kadar güzel!*” ifadeleri bir William Shakespeare’in trajikomedisi “*Fırtına*” eserinden, perde V, sahne I’deki Miranda’nın konuşmasından alınmıştır (1949, 8.c., s. 410). Roman, Herbert George Wells’in “*Modern Ütopya*” ve “*Tanrılar Olarak İnsanlar*” (M. R. Hillegas, 1967, s.117-120, Y. İ. Kagarlitskiy, 1974, s. 300) adlı eserlerine bir cevap niteliğindedir. Bertrand Arthur William Russell, 3. Kont Russell’in bir grup entelektüel teknokratın gelecekte iktidarı ele geçirmesine karşı uyarıda bulunan “*Bilimsel Bir Bakış Açısı*” (1931) adlı kitabından yararlanmıştır (G. Ancaparidze, T. Martina, 1987, s. 14). Romandaki olaylar uzak geleceğin Londra’sında 26. yüzyılın özellikle 2540 yılında geçmektedir. Romanda hikâyeye göre, insanlar doğal olarak doğmuyor, özel fabrikalarda- kuluçka makinelerinde- şişelerde yetiştiriliyor. Romanın kadın kahramanı Linaina Crown, insan üretim hattında çalışan bir hemşiredir. Bir Kızılderili bölgesinde, herkesin aksine doğal yollarla dünyaya gelen John ile tanışır. John Londra’ya getirilir. Genç adam Linaina’ya âşık olur, ancak Linaina bir vahşinin yüce duygularını anlayamaz. Roman John’un inzivaya çekilişini, kalabalığın etkisiyle çöküşünü ve günah işleyerek intihar edişini göstererek devam eder. Böylelikle, romanda toplum uyku eğitimi ile değiştirilmiştir. Romanda anlatılan dünya bir ütopya olarak görülebilir, ancak ironik bir ütopyadır. Çünkü insanlık sağlıklı ve teknolojik olarak gelişmiş, savaşlar ve yoksulluk ortadan kalkmış, tüm ırklar eşit ve herkes mükemmel bir şekilde mutludur. Ancak ironik bir şekilde tüm bunlar, insan için çok önemli olan pek çok değer; aile, kültürel çeşitlilik, sanat, edebiyat ve felsefenin yok edilmesi, ortadan kaldırılması pahasına başarılmıştır. Yeni Dünya’da Ford, Tanrı’dır. Dahası, saf zevki rastgele sekste ve vücut üzerinde en az yan etkiye sahip bir uyuşturucu olan soma tüketiminde bulan bir toplum, Hedonist bir toplum haline gelmiştir.

İncelediğimiz eserlerden üçüncüsü Hindistan’da doğan yazar George Orwell’e aittir. George Orwell’in (gerçek ismi *Eric Arthur Blair*, 1903-1950) 1948 yılında yazdığı “*Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*”, romanı 1949 yılında yayımlanmıştır. M.F. Çerniş’in da belirttiği gibi, bu eser yazarın en önemli ve son çalışmasıdır (2021, s. 163-172). George Orwell romanını Yevgeniy İvanoviç Zamyatin’in “*Biz*”, Aldous Leonard Huxley’in “*Cesur Yeni Dünya*” gibi eserlerinden esinlenerek yazmıştır. Roman distopya örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir (A. A. Çameyev, 2007, s. 61-63).

Eserin kahramanı Winston Smith, iktidar partisinin ideolojisini paylaşmaz ama bunu gizler. Bir erkek ve bir kadın arasında özgür bir aşk ilişkisi parti tarafından yasaklanmış olmasına rağmen, Winston Smith’in iş arkadaşı Julia ile bir ilişkisi vardır. Sonunda çift direniş hareketine katılmaya karar verir, ancak

tutuklanırlar. Dolayısıyla, romandaki olaylar distopik dünyasında insanların ve yaşamın, totaliter merkezi tek bir partinin yönetimi altında korku, propaganda ve beyin yıkama yoluyla manipüle edilir.

Yevgeniy İvanoviç Zamyatin'in "Yüzler'in deneme metinlerinden derleme: 'Beyaz Aşk'" adlı eserinde "Kırbaç, insan ilerlemesi için bir araç olarak hala çok takdir edilmektedir. Bir adamı dizlerinin üzerinden kaldırmak, herhangi bir şeyin ve herkesin önünde diz çökmekten vazgeçirmek için kırbaçtan daha doğru bir araç bilmiyorum. Elbette kemerlerden örülen kamçılardan bahsetmiyorum, kelimelerden örülen kamçılardan, Gogol'ların, Svift'lerin, Molyer'lerin, Frans'ların, ironinin, alaycılığın, hicvin kamçılarından bahsediyorum" diye yazmıştır (2004, s. 27). Zamyatin'in "Yüzler"i, rejim muhalefetine uğramış ve yasaklanmış anti-ütöpik "Biz" romanına atıf edildiğini düşünmekteyiz.

J.W. Goethe'nin belirttiği gibi, "büyük ya da küçük, en küçüğüne kadar her bir sanat eserinde her şey bir kavrama bağlıdır" (1975, s. 585). Bir edebi kurgu metnindeki yazar kavramının incelenmesi, M. M. Bahtin'i izleyerek, anlamları tercüme etmenin bir yolu, yazar ve okuyucu arasındaki dolaylı bir iletişim süreci olarak bir kurgu eserinin algılanması anlayışımızla bağlantılıdır (1986). Aynı zamanda yazarlar, eserin anlamsal merkezi ve ayrıca yazarların konumunun doğrudan bir ifadesi olarak, olay örgüsünün ve kompozisyonunun en önemli unsurları olan dilsel birimler aracılığıyla okuyucu tarafından algılanan kurmaca eserinin ideolojik fikrinin taşıyıcısıdır.

Söz konusu distopyaların metinleri sanatsal iletişim alanına aittir. Okurun kurmaca bir metni algılama ve yorumlamasının yazarın niyetini tam olarak anlama iddiasında olamayacağı iyi bilinmektedir. Bu nedenle, her yazar bir metin oluştururken, okuyucunun bilincini etkilemek ve algısını kontrol etmek için metnin gerçek kavramsal bileşenlerini vurgulama araçlarının yanı sıra, önceden düşünülmüş ya da metin yazma sürecinde ortaya çıkan şiirsel teknikleri kullanarak, yazarlık kavramının ifadesi olan, kendisiyle ilgili anlamların tercümesini gerçekleştirir. Metni kimin ürettiğine ve kimin için amaçlandığına bağlı olarak, metnin bilgi ve üslup özelliklerine göre, farklı yazarların yazar kavramları hem benzer hem de bireysel özelliklere sahip olabilir.

Yazarların kavramlarının analizi, modellenen toplumun belirli kavramsal bileşenlerini vurgulamak için kullanılan araçları ve bu modelin okuyucu tarafından algılanmasını etkilemek için aksiyolojik dil tasarımlarını tanımlamaya dayanmaktadır.

Araştırma sonuçları ve tartışma

1921’de, Ye. Zamyatin’in İngiltere’den Rusya’ya dönüşünden sonra ilk yazılan anti-ütopya “Biz” romanı idi. Roman yurtdışında ilk olarak 1924’te İngilizce, ardından 1926’da Çekçe ve 1929’da Fransızca olarak yayımlanır. Sovyetler Birliği’nde ise ancak 1988 yılında yayımlanabilmiştir. Aldous Huxley tarafından güney Fansa’da yazılan ve 1932 yılında yayımlanan bir anti-ütopya roman olan “*Cesur Yeni Dünya*” Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere’de hemen geniş bir okuyucu kitlesi kazanır. George Orwell’in “*Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*” adlı distopya romanı yazar tarafından 1948 yılında bir arkadaşının İskoçya’daki çiftliğinde yazılmış, 1949 yazında Londra’da ve birkaç gün sonra da New York’ta yayımlanmıştır. Böylece, Zamyatin’in romanının Rusça orijinal metnine rağmen, her üç eserde orijinal olarak İngilizce konuşan okuyucuya sunulur.

Yazarların konseptine giriş, eserin başlığı ile başlar. Başlıkların anlamı yazardan yazara değişmektedir. Zamyatin’in “*Biz*” eseri, bir dizi “sayısal” kümesi olarak, çok sayıda kişiliksiz “Ben” olan totaliter bir toplumda bireyin kolektif tarafından bastırılması fikrini taşır. Aldous Leonard Huxley’nin “*Cesur Yeni Dünya*” sı, William Shakespeare’in trajikomedisi “*Fırtına*” eserinden, perde V, sahne I’deki Miranda’nın konuşmasıdır: «*How beauteous mankind is! O brave new world...*» “*İnsan ırkı ne kadar güzel! Ey cesur yeni dünya...*” (1949, 8.c., s. 410). A. Huxley, Shakespeare’in hayali de olsa gerçekten olağanüstü dünyasını, bir anti-ütopyada kırılan modern totaliter dünyayla karşılaştırır. “*Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*”’ün çalışma başlıkları “*Avrupa’daki Son Adam*” («*The Last Man in Europe*»), “*Yaşayanlar ve Ölümler*” («*Live and Dead*») idi ve bu başlıklar edebi bir eser kavramını ifade ediyor olabilirdi. Yayıncı Frederik Varburg’un ısrarı üzerine, iddiaya göre romanın yazıldığı yılın (1948) son iki rakamı yeniden düzenlenerek başlığın “*Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*” olarak değiştirildiği bilinmektedir [https://ru.wikipedia.org/wiki/1984_\(роман\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/1984_(роман)). Buna göre, totaliter bir toplumda bireyin alçalması, ölümcülleşmesi fikri başlıkta kaybolur ve kazanılan en fazla şey, eylemin sadece yerini değil zamanını da belirterek “*kronotop*”un somutlaştırılmasıdır.

Bu yazarların kavramlarının ortaklığı, “*makinelere hipertrofik gücünden ve devletin gücünden hangisi olursa olsun*” (Zamyatin, 1922, s. 47) insanlığa yönelik tehlikeye işaret eden gelecekteki bir dünya toplumunun parodi imgesinde görülebilir. Yazarlar, toplumun ve insan doğasının doğal yasalarıyla çelişen belirli bir evrensel dünya kurma modelini uygulayarak olası tüm çelişkilerin ortadan kaldırıldığı “ideal” toplumları tanımlamaktadır. Dolayısıyla, böyle bir toplum totaliterliğe, herkes için özgürlük ve ortak refah ideallerinin çöküşüne varır.

Yazarlar tarafından modellenen gelecek toplumların genel benzerliğine rağmen, yazarların kavramları, iktidarın genel konfigürasyonunda kitle kontrol araçlarından birine veya diğerine yapılan farklı vurgularla karakterize edilmektedir. Zamyatin'in romanında, katı bir gözetim sistemi ve lider kültürü (*Muhafız Bürosu, İyilikçi*) ile daha yumuşak, bilim temeline dayalı mutlu "sayısal" kümelerin oluşturmasına yönelik sistem (Taylor'ın sistemine göre eğitim, fantezi merkezini ortadan kaldırma operasyonları) bir arada var olur ve etkileşime girer.

A. Huxley, bilimsel gelişmeler sayesinde kitlelerin hipnoz etkisi altında kontrol edildiği ve köleliği sevmeleri için telkin edildiği yumuşak bir yönetim sistemine sahip "standartlaştırılmış bir toplum" tasvir eder. Her iki yazarda da olay 26. yüzyılda, insanın orijinal ruhanilik fikrini reddeden bir toplumda geçmektedir. İnsan doğasının bu deformasyonu, insan "üretim" sürecine bilim ve teknolojinin en son başarılarının (Zamyatin' de Anne ve Baba Normları, Eğitim Fabrikası; A. Huxley'de ise farklı kastlar yetiştirmek için embriyonun gelişimine kimyasal müdahalesi, Kuluçka ve Eğitim Merkezi) dâhil edilmesiyle gerçekleştirilir. Ancak böylesine rasyonel, mekanikleşmiş bir dünyada bile, insan ruhunun topyekûn birleşmeye, standartlaşmaya karşı protestosunu, kimlik ve bireysellik hakkı için mücadelesini ("*Biz*" romanında I-330; "*Cesur Yeni Dünya*" romanında ise John the Savage (Vahşi)) doğal olarak ortaya çıkarır.

Öte yandan George Orwell'in "*Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*" romanında, şiddete ve Büyük Birader'in gücüne dayalı katı bir hükümet sistemi ile geleceğin "son derece organize" bir toplumunun resmini çizer. Yazar, Zamyatin'i izleyerek, her şeye gücü yeten bir hükümdar tarafından yönetilen bir diktatörlüğü tasvir eder. Her iki eserde de toplumun temellerine karşı haykırışın vesilesi aşk duygusudur. Zamyatin'in romanında isyan, hayal kurma yetisi yok edilerek bastırılırken, George Orwell'in "*Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*" romanında ise Sevgi Bakanlığı'nda yeniden eğitilerek bastırılır. Devlet tarafından alınan önlemlerden sonra her iki karakter de mutlu, memnun, bağımsız düşünceden yoksun ve etraflarındaki gerçeklikle mükemmel bir uyum içindedir.

G. Orwell, Ye. Zamyatin'in "*Biz*" adlı romanı üzerine 1946'da yazdığı bir eleştiride, A. Huxley'in "*Cesur Yeni Dünya*" adlı romanının görünümünü bir ölçüde anti-ütopya "*Biz*"e borçlu olduğuna okurların dikkatini çeker. "*Yazara göre her iki kitabın atmosferi benzerdir ve tasvir edilen toplum tipi aşağı yukarı aynıdır, ancak Huxley'in yazdığı romanda siyasi tonlar bu kadar net hissedilmez ve en son biyolojik, psikolojik teorilerin etkisi daha belirgindir*" (1988, <https://orwell.ru/library/reviews/zamyatin/russian/>). Aynı zamanda, Huxley'in kendi itirafına göre, romanı H.G. Wells'in "*Tanrılar Gibi İnsanlar*"

romanında önerdiği ideal “rasyonalist” dünya modeline karşı polemikçi bir yanıtıdır (2016 <https://boingboing.net/2016/08/22/george-orwells-letter-from-h.html>). Ye. Zamyatin 1922’de “*Herbert Wells*” üzerine yazdığı bir makalede, İngiliz bilim-kurgu romanlarının tanınmış yazarını çağdaş yazarların ideali olarak sunar ve Herbert Wells’in fikirlerinden büyük ölçüde etkilendiğini belirtir (1922, s. 47)

Aynı incelemede, Zamyatin ve A. Huxley’in metinlerini karşılaştıran G. Orwell, Zamyatin’in anti-ütopyasının daha az başarılı bir kompozisyona ve yazarın konseptinin bir parçası gibi görünen “parçalı” olay örgüsüne dikkat çeker. Ne de olsa romandaki anlatım, ana karakter olan uzay gemisi “İntegral”ı tasarlayan matematik dehası D-503 adına gerçekleştirilmiştir. Bu onun günlük biçiminde yazma girişimidir. Dolayısıyla, birbirini takip eden her günün olaylarının tasviri, bir önceki günün olaylarının devamı değildir, kendi düşüncelerini ve duygularını matematiksel doğrulukla aktarma çabası, bazen ifadenin yapay bir şekilde yapılandırılmasına yol açar. G. Orwell, A. Huxley tarafından tasvir edilen toplumun sınıflara “*bu kadar sofistike bir şekilde bölünmesinin*” nedenlerini anlamaz. Açlığın, zulmün, sindirmenin, baskının olmadığı bir toplum. Böyle bir toplumun var olabileceğine inanmakta zorlanır. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonraki yıllarda Zamyatin’in kitabı daha güncel görünür. G. Orwell, “*Zamyatin’in kitabını Huxley’inkinden üstün kılan, fedakârlık, kendi içinde bir amaç olarak zulüm, ilahi özelliklerle donatılmış bir Lidere tapınma gibi totalitarizmin irrasyonel yanının bu sezgisel ifşasıdır*” sonucuna varır (1988, <https://orwell.ru/library/reviews/zamyatin/russian/>). Ve yazar Zamyatin’in anlayışının bu özelliklerini romanında kullanır ve geliştirir.

Zamyatin ve G. Orwell’in kötülüğün vücut bulmuş hali olarak sunulan distopik dünyalarının aksine, A. Huxley’in distopyası, vatandaşlarından alınan özgürlük karşılığında onlara refah ve huzur sağlayan bir devleti simüle eder. Aynı zamanda A. Huxley, G. Orwell’e 1949 yılında yazdığı mektupta, kendi kitlesel kontrol modelinin geleceğe ait olduğuna ve “*Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*” kabusunun, tarif ettiği dünyanın kâbusu olmaya mahkûm olduğuna olan inancını dile getirir. “Yüze çizme” politikasının sınırsız uygulanması ona şüpheli görünmektedir; “*iktidardaki oligarkların yönetmek ve güç arzularını tatmin etmek için daha az zor ve maliyetli yollar bulacağına*” ve bu yöntemlerin “*O Cesur Yeni Dünya*” romanında anlattıklarına benzer olacağına inanmaktadır” (D. Pescovitz, 2016, <https://boingboing.net/2016/08/22/george-orwells-letter-from-h.html>).

Böylece, hem Zamyatin’in “sayılar” dünyası ve A. Huxley’in “standartlaştırılmış” dünyası hem de G. Orwell’in birbirleriyle savaşan süper güçler dünyası, tüm anti-ütopyiklikleriyle, insanlığı tehdit eden ana tehlikeyi, G.

Orwell'e göre "insanın düşüncesizce şişeden çıkardığı ve geri alamadığı", kendi yarattığı "Cin"e boyun eğmesinin bir sonucu olarak insanlığın insanlıktan çıkarılması tehdidini vurgular (1988, <https://orwell.ru/library/reviews/zamyatin/russian/>).

Gördüğümüz gibi, söz konusu anti-ütopyalardaki kronotopun karşılaştırmalı bir analizi, Zamyatin ve A. Huxley'deki sanatsal zamanın, gelecekteki toplumun bir modelini 36 yılda tasvir eden G. Orwell'in aksine, yenedünyaları modelleme zamanından altı yüzyıl uzakta olduğunu göstermektedir. Belki de bu yüzden A. Huxley'e göre distopik gelecek, kitleleri kontrol etmek için daha sofistike yöntemlere sahip, dıştan bakıldığında demokrasiyi andıran yeni bir dünya yaratmaktadır. A. Huxley ve G. Orwell'deki mekânsal yerelleştirme, gerçek coğrafi mekân olan Londra ile doğrudan ilişkilidir. Zamyatin'e gelince, onun metninde Tek Devlet'in Rusya topraklarıyla sözde mekânsal ilişkisine dair Aleksandr Puşkin'in portresinin Antik Ev'de bulunması gibi yalnızca dolaylı bir ipucu bulunabilir. Kurgusal toponimler (Tek Devlet, Okyanusya, Doğu Asya, Avrasya) gerçek dışı mekânı modellemek için kullanılır.

Yazarların kavramlarının en önemli özelliği, okuyucunun düşüncesini geliştirmesine rehberlik etmek, ironi, hiciv ve grotesk yaratmak için simüle edilmiş dünyaları tanımlarken ve karakterleri betimlerken üslup, sözcük ve kompozisyon araçlarının kullanılmasıdır. Aynı zamanda, her eserdeki ironik bağlamların ve yerelliklerin değişkenliği yazarın üslubuna bağlıdır.

Dolayısıyla, ütopyik fikirlerin parodisini yapan üç metinde de ironi, gerçek olan ve arzulanan şeyler karşı karşıya getirilirken ortaya çıkar. Bunlardan en kapsamlısı, G. Orwell'in hem ütopya metninde hem de ekinde yer alan ara sıra kelime yaratımıdır. *Yenisöylem*, Okyanusya'da kurulması ve resmi olarak benimsenmesi, *düşünce suçunun* kontrolü ve önlenmesine dayanmaktadır. *Yenisöylem*, yasak eylemleri ve kavramları adlandıran kelimeleri ortadan kaldırarak, somutun gerçeklerini gizleyerek ve deforme ederek özgür düşüncüyü ortadan kaldırmak için (*zorunlu çalışma kampları – "Keyfi kamplar"*), ya da Parti'den mi yoksa düşmanlarından mı bahsettiğimize bağlı olarak zıt anlamlar kazanan sözcükten cümleler oluşturarak: ("*Bir de, Parti için kullanıldığında "iyi"yi, düşmanlar için kullanıldığında "kötü"yü çağrıştıran belirsiz sözcükler vardı*"), tasarlanmıştır (2016, s. 331).

Böylelikle, Okyanusya vatandaşlarının zihinlerinde mevcut olan kavramlar daraldıkça *Yenisöylem*'in sözlüksel bileşimi de sürekli olarak daralmaktadır. "*Savaş barıştır, özgürlük köleliktir, cahillik güçtür*" (a.g.e., s.16) sloganları, zıt kavramlar arasındaki sınırların ortadan kaldırılması ilkesi üzerine inşa edilmiştir. Yeni düşünce faydalı, eski düşünce ise suçlu olarak kabul edilir. *Yenisöylem*'in etkisi altındaki Okyanusya sakinleri gerçekliği olduğu gibi değil,

parti tarafından dikte edildiği gibi algılarlar. Örneğin, vatandaşlar arasındaki zafer duygusu, mümkün olduğunca çok sayıda günlük nesnenin bu kelimeyle adlandırılmasıyla teşvik edilmektedir: “Zafer” sigaraları, “Zafer” apartmanı, “Zafer” cini gibi kısaltmaların aktif kullanımı, kısa biçimleriyle açıklanmaktadır. Faaliyetleri adlarının anlamının tam tersi olan devlet kurumlarını adlandırmaları, metindeki ironiyi ifade etmenin ana yollarından biridir: *Barış Bakanlığı (BB)* sürekli olarak savaşı ve düşman imajını teşvik eder, *Varlık Bakanlığı (VB)* sürekli olarak yetersiz olan gıdadan sorumludur, *Sevgi Bakanlığı (SB)* sorgulama ve işkence ile ilgilenir ve *Gerçek Bakanlığı (GB)* Parti’nin çıkarlarına uymayan hem tarihsel hem de güncel gerçeklerin tarif edilmesidir (a.g.e., s. 236).

A. Huxley, G. Orwell’den farklı olarak, kelime seçme ve insanların zihinlerini kontrol etme konusunda daha az zahmetli bir yol sunar. “*Cesur Yeni Dünya*” romanında hipnozun etkisi altında, insanlara standart bir toplumda standart bir kişinin ihtiyaç duyduğu standart kelimeler ve ifadeler telkin edilir. “*Topluluk, Kimlik, İstikrar*” sloganı, istikrarı hem sosyal hem de genetik olarak açıkça farklılaşmış, özdeş insan kastlarından oluşan bir topluluğa dayanan bir devleti ideal olarak ortaya koymaktadır. A. Huxley’in kelime ustalığı en çok, o dönemde bilimin, teknolojinin, ekonominin ve dünya düzeninin gelişimini etkileyen gerçek hayattaki kişilere atıfta bulunan özel isimlerin yapımında kendini gösterir. Örneğin, *Bernard Marx* (Bernard Shaw + Karl Marx), *Darwin Bonaparte* (Charles Darwin + Napoleon Bonaparte), *Fanny Crowne* (Fanny Kaplan), *Polli Trotskaya* (Lev Trotskiy), *Mustafa Mond* (Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra Türkiye’de modernleşmeyi ve resmi laikliği başlatan Kemal Mustafa Atatürk’ün ve İngiliz finansçı, Imperial Chemical Industries’in kurucusu, işçi hareketinin ateşli bir düşmanı olan Sör Alfred Mond) gibi ad ve soyadlar bunlara örnektir (2002:1-255).

Yazar, okuyucunun “*Cesur Yeni Dünya*” eserinde icat edilen ve bilinmeyen nesnelerin amacını anlamasını kolaylaştırmak için bilinen sözcüklerle kelime kombinasyonlarını kullanır: *Sentetik Müzik Makinesi* (a.g.e., s. 43), *Elektromanyetik Golf* (a.g.e., s. 63.), *Titreşim-vakumlu masaj aleti* (a.g.e., s. 101)

Zamyatin okuyucu üzerindeki şiirsel etki yöntemleriyle ilgili olarak şunları söyler: “*Okuyucuyu kendisini yaratıcı çalışmanın bir suç ortağı haline getirirsiniz, başkasınınkinden ziyade kendi kişisel yaratıcı çalışmasının sonucunda olayları her zaman daha parlak, daha keskin, daha kalıcı bir şekilde zihnine yerleştirir*” (2011, s. 351)

Zamyatin distopya metninde, birlikte yaratma ilkesine dayanan temsil yöntemlerini kullanır. Bunlar:

1. Bitmemiş cümleler: “Uçurumun iki kenarı arasına bir köprü atılabilir. Siz sadece tahayyül edin: davullar, taburlar, saflar ne de olsa tüm bunlar vardı ve bu durumda, öyleyse...” (a.g.e., s. 16), “İyilikçi- insanoğlu için gerekli olan mükemmel dezenfeksiyondur, bunun sonucunda Tek Devlet’in organizmasının boşaltım sisteminde dalga şeklinde bir hareket yaşanmaz...” (a.g.e., s. 173);
2. Yanlış inkâr ve iddialar: “‘Kurtulmak mı?’ İnsan türünde yaşayan suç işleme içgüdüsünün nereye uzandığını görmek şaşırtıcıydı. ‘Suç işlemeyi’ bilinçli olarak söylüyorum. Özgürlük ve suç, aero’nun hareketiyle hızı arasındaki gibi, birbirinden ayrılmaz biçimde ilintilidirler. Aero’nun hızı = 0 ise hareket etmez, insanın özgürlüğü = 0 ise suç işlemmez.- Bu gayet açık. İnsanı suçtan arındırmanın tek yolu onu özgürlükten arındırmaktır. Biz bundan zorlukla arınmıştık ki (yüzyılın kozmik ölçeğinde bu şüphesiz ‘zorlukla’), birden birtakım zavallı geri zekâlılar...” (a.g.e., s. 44), “El yazısı benim. Devamla, aynı el yazısı, ama ne mutlu ki, sadece el yazısı aynı. Hiçbir hezeyan yok, hiçbir saçma sapan metafor yok, hiçbir duygu yok: sadece gerçekler var. Çünkü sağlıklıyım, kesinlikle sağlıklıyım. Güliyorum, gülmemem imkânsız, başımdan bir kıymık çıkarttular, başım hafifledi, boşaldı. Daha tam söylersem: boş değil de yabancı, gülmeme engel olan hiçbir şey yok (gülmek normal bir insanın normal halidir)” (a.g.e., s. 239);
3. Eksik çağrışımlar, ipuçları: “- ‘Mefi’ mi? Bu kadim bir ad. O... Hatırlıyor musun, taşın üzerinde bir delikanlı tasvir edilmişti... Yok, yok, senin dilinde, senin daha çabuk anlayacağın dilde anlatayım. Şimdi, dünyada iki tane güç vardır: entropi ve enerji. Biri mutlu sükunete, mutlu dengeye götürür, diğeri ise dengenin bozulmasına, ıstıraplı sonsuz harekete götürür. Bizim ya da daha doğrusu sizin atalarınız, Hıristiyanlar entropiye Tanrı’ya tapar gibi taparlardı. Biz, Hıristiyan karşıtları, bizler...” (a.g.e., s. 171);
4. Anılar: “Hatırlayın: mor bir tepe, çarmıh ve kalabalık. Üzerlerine kan sıçramış bir kısım insan yukarıda, bedeni çarmıha çiviliyorlar, gözyaşlarına bulanmış yerdeki diğer bir kısım insan ise seyrediyor. En zor ve en önemli rol yukarıdakilerin rolü gibi gelmiyor mu size de? Eğer onlar olmasaydı tüm bu yüce trajedi olabilir miydi?” (a.g.e., s. 220).

Gördüğümüz gibi yazar, metinde anlatılmayanları tahmin etmeyi çoğu zaman okuyucuya bırakıyor. Bazen okuyucunun, yazarın önceki bağlamdan açıkça çıkan bir düşünceyi reddetmesiyle, bazen de yazarın kasıtlı olarak yanlış bir sonuca varmasıyla doğru sonuca ulaşılır. Böylece okuyucu, yazarla girdiği bir tartışma sonucunda kendi sonuçlarını çıkarır. Çağrışımsal düşünceyi

tetiklemek için yazar, okuyucuyu bu metinde veya önceki metinlerde daha önce söylenenleri hatırlamaya zorlar (Chialashvili-Gordeeva, 2020, s. 33-41).

Ye. Zamyatin'ın bireysel yazarlık tarzına gelince, özgün kelime dağarcığına (*tek bir milyon, zenci dudaklı, hesaplanmayan; Sokrates gibi kel kafalı*), (a.g.e., s. 22, 30, 33, 222), metnin zenginliğini gösteren özlü sözler ve ifadelerine (*Biz en mutlu aritmetik ortalamayız; Doğru tektir, doğru yol da tek; bu doğru iki kere ikidir ve bunun doğru yolu ise dördttür; İnsan son sayfasına kadar ne olacağı bilinmeyen bir roman gibidir*) (a.g.e., s. 51, 74, 168), matematiksel metaforlarına (*dört pençeli bir X gibi haçlı,*) (a.g.e., s. 32), aralarında bilimsel terimlerin de bulunduğu metinler arası alıntılara (kristal berraklığındaki kıyaslama; Varoliev köprüsü) (a.g.e., s. 155, 186) ve metinler arası özel isimlerine (Taylor sistemi; İbrahim ve İshak'la ilgili hikâye gibi,) (a.g.e., s. 185, 237) odaklanmamak mümkün değildir.

Bu çalışmanın amaçları doğrultusunda, yazarların her birinin sadece en tipik üslup özelliklerine değinerek, diğer yayınlar için çok sayıda açıklayıcı materyal bırakıyoruz.

Sonuç

Netice itibarı ile incelenen eserlerin yazar anlayışlarının karşılaştırmalı analizinde, distopik metinlerin oluşturulmasında aşağıdaki ortak tekniklerin öne çıktığı görülür. Bu analiz ve teknikler:

- Ya açık şiddet, tam gözetim ve insan özgürlüğü üzerindeki ciddi kısıtlamalar (“Biz”, “Bin Dokuz Yüz Seksen Dört”) ya da ortaklık, aynılık, istikrar propagandası (“Cesur Yeni Dünya”) üzerine kurulmuş totaliter bir siyasi sistemin tasviri.
- Yeni dünyaların tarihe karşı olumsuz tutumu. Zamyatin ve A. Huxley'in distopyalarında tarih zararlı, gereksiz bir bilgi olarak geçitirilirken, “Bin Dokuz Yüz Seksen Dört”te sürekli olarak rejimin hoşuna gitmeyen tarihsel gerçeklerin değitirilmesi ve ortadan kaldırılmasıyla uğraşan bir gerçek bakanlığı vardır.
- Rejim yanlısı karakterlerin çoğunun yanı sıra, geleneksel norm ve değerlerin ötesine geçmeye çalışan ve okuyucuda empati uyandıran birkaç muhalif karakterin varlığı.
- İnsan toplumunun önemli bir kurumu olarak ailenin değersizleştirilmesi ve tamamen ortadan kalkması. Zamyatin ve A. Huxley'nin eserinde bu, maddi ihtiyaçların tam olarak karşılanmasının yanı sıra kolektif, bilimsel temelli taşıyıcı eğitimin getirilmesinden kaynaklanmaktadır, G. Orwell'in eserinde ise aşk bir “düşünce suçu” olarak kabul edilir, evlilikler üreme

amacıyla sonuçlandırılabilir. Aynı zamanda, suni döllenme yoluyla çocuk doğurmaya geçiş planlanmaktadır.

- Okurun her üç yazarın modellenmiş dünyalarına karşı olumsuz tutumu, sadece işkence, idamlar ve “iki dakikalık” nefret anları gibi duygusal olarak ağır birçok parçasından değil, aynı zamanda yazarın üslubunun ve anti-ütopya yazarlarının sanatsal aksiyolojisinin özelliklerinden de kaynaklanmaktadır.
- Hem etiketli, yani aktif olarak tanınmayı amaçlayan hem de etiketsiz, çözülmesi okuyucuya bırakılan ve onun okuma anlayışına bağlı olan ve aynı zamanda kaynakta olduğu gibi aynı anlamda kullanılan veya yazarın isteğine göre başka bir yan anlam kazanan metinler arası alıntılarının dahil edilmesi yoluyla yazarın karakterlere karşı konumunun ve tutumunun ifadesi.

Söz konusu metinler, geçen yüzyılın ilk yarısındaki yazarlar tarafından öyle bir şekilde kurgulanmıştır ki, kurgulanan distopik modellerin pek çok özelliğinin günümüz küresel dünyasındaki varlığını fark etmemek mümkün değildir. Bu metinlerin modern okuyucu üzerindeki etkisi, bu tür isteklerin doğallığına ve insaniliğine rağmen; herkesin refah içinde olacağı bir dünya düzenine geçişin olasılığı ve haklılığı konusunda sağlam temellere dayanan bir şüphenin ortaya çıkması, bilimsel ve teknolojik ilerlemenin sonuçlarına karşı daha düşünceli bir tutum takınılması, hükümetlerin, askeri, siyasi ve bilimsel elitlerin faaliyetlerinin sürekli olarak kamuoyu tarafından denetlenmesi gerektiğinin anlaşılması olabilir.

Metinlerin mimarisi, karakterlerin imgeler sistemine nüfuz ederek, metinlerin yapısındaki bakış açılarının değişimini gözlemleyerek, anlamlar hiyerarşisini ortaya çıkararak ve metin öğeleri ile alt metinler arasında anlamsal bağlantılar kurarak yazarın kavramlarını anlama deneyimi, 21. yüzyıl okurunun çağdaş küresel sosyal söylemi yeterince algılamasına, sapla samanı birbirinden ayırmasına, hayatın her alanında yaygın olarak kullanılan manipülasyona, yani, o anda kendisiyle ilgili olanlarla örtüşmeyen hedeflerin, arzuların, niyetlerin, tutumların veya tavırların ruhuna gizlice yerleştirilmesine yardımcı olur.

KAYNAKÇA

- Ancaparidze, G. Martina, T. (1987) “Önsöz// Aldous Huxley. Sarı Krom. Hikayeler”. // *Sanatsal Edebiyat*, Moskova: — s. 14.
- Bahtin, M. M. (1986) *Literaturno- kritičeskiye stati*, Moskova, “Hudojestvennaya Literatura” Yayınları.
- Brokmeyer, Y. (2000) “R. Harre, Narrativ: problemi i obeşaniya odnoy alternativnoy paradigmi” // *Voprosi filosofii*, № 3, s. 29-42
- Chialashvili-Gordeeva, E. Sh. (2020) İntertekstualnost kak sposob zapuska assotsiativnogo mehanizma çitatelya (na materiale teksta romana- antiutopii E. Zamyatina “Mı”) // *Problemi sovremennoy nauki i obrazovaniya*, №8, 153
- Çameyev, A. (2007) “Antiutopiya: k voprosu o termine i harakternih çertah janra” // *Janr i literaturnoye napravleniye: Yedinstvo i natsionalnoye svoeobraziye v mirovom literaturnom protsesse*, 11. Baskı, s. 61—63.
- Fedoroviç, Ç.M. (2021) “Oruell: Çestnoye slovo v epohu ideologiçeskih konaliktov” // *Mir Possii, Sotsiologiya, Etnologiya*, 30 (1): 163—172
- G. Orwell. (2016) “1984”, 56. Baskı, (Çeviren Celal Üster)
- Goethe, İ.B. (1975) *Sanat Hakkında*- Moskova: “İskusstvo”Yayınları.
- Hillegas, M. R. (1967) *The Future as Nightmare: H. G. Wells and the Anti-Utopians*. // *Oxford University Press, N. Y., pp.* 117—120.
- Huxley, A. (2002) “Cesur Yeni Dünya”, 3. Baskı, (Çeviren: Ümit Tosun)
- Kagarlitskiy, Y.İ. (1974) “*Kurgu Nedir?*” — Moskova: Sanatsal Edebiyat Yayınları.
- More, T. (2000) *Ütopyalar Dizisi-1, “Ütopya”*, (Çevirenler: S. Eyuboğlu, V. Günyol, M. Urgan), Kaynak Yayınları, 2. Basım.
- Shakespeare, W. (1949) “Fırtına”, (Çev. T.L. Şepkin- Kupernik) // Shakespeare, W. *Polnoye sobraniye soçineniy: 8 tomax*, / editör A. A. Smirnov. Moskova- Leningrad: Goslitizdat, 8. cilt, s. 311-417. + açıklamalar s. 641-645.
- Zamyatin, Ye. (2015) “Biz”, 4. Baskı, (Çev.: Fatma Arıkan, Serdar Arıkan)
- Zamyatin, Ye. İ. (2004) “Yüzler”, *sobraniye soçineniy*, Moskova, Russkaya Kniga Yayınları.
- Zamyatin, Ye., (1922, 2001) “*Herbert Wells*” Peterburg: izd. “Epoha”
- Zamyatin, Ye., (2011) “*Trudnoye Masterstvo, sobraniye soçineniy*” v 5 t., Moskova, izd. “Respublika”, “Dmitriy Seçin”,

DİJİTAL KAYNAKÇA

Orwell, G. *Review of “We” by E. I. Zamyatin*. (İngilice’den Rusça’ya 1988 yılında çeviren A. Şişkin), <https://orwell.ru/library/reviews/zamyatin/russian/> Erişim tarihi 31.08.2022

G. Orwell’s letter from his former French teacher, Aldous Huxley, about Nineteen Eighty-Four David Pescovitz 8:43 Am Mon Aug 22, 2016 <https://boingboing.net/2016/08/22/george-orwells-letter-from-h.html> Erişim tarihi: 15.09.2022

[https://ru.wikipedia.org/wiki/1984_\(роман\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/1984_(роман)), Erişim tarihi: 15.08.2022

John Stuart Mill, <http://www.utopiaanddystopia.com/dystopia/dystopia-timeline/> Erişim tarihi: 09.10.2020

29. Bölüm

Kurumsal Yönetim, Yeni Nesil Örgütlenme ve Bölgesel Kalkınma

Eray AYDIN¹

¹ Dr., Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı / <https://orcid.org/0000-0002-4303-2606>

GİRİŞ

Yerel ve bölgesel kalkınma dünya genelinde özellikle 1960'lardan itibaren önemi giderek artan ve küresel açıdan ele alınması gereken bir faaliyet haline gelmiştir. Ekonomik, sosyal, politik ve kültürel değişim hızı teknolojik gelişmeler doğrultusunda farklılaşmıştır. Bu farklılaşma bazı bölgeler için avantaj sağlarken geri kalan bölgeler için ise büyük sorunları beraberinde getirmiştir. Bu noktada merkezi ve yerel yöneticilere önemli sorumluluklar düşmektedir. Yönetim kademesinde olanlar, bir taraftan ekonomik büyümeyi gerçekleştirmek için stratejiler belirlerken diğer taraftan ulusal sınırlar içinde yer alan bölgelerin de kalkınmasını sağlamak için programları geliştirmektedirler. Ulusal boyutta yaşam standardını iyileştirme ve refah düzeyini yükseltmek ne kadar önemliyse, bölgeler arasında bu farkın asgari düzeye indirgenmesi de oldukça önemlidir. Bu sebeple gelişmiş ve gelişmekte olan bölgeler kadar geri kalan bölgeleri de kalkınma hamlesine dahil etme çabası hemen her programın bir parçası olmalıdır. Özellikle 2000'li yıllar sonrası Türkiye'de bölgesel gelişmişlik farklarını azaltmak ve kalkınmayı ülke sathına yaymak için mevcut kurumlar yeniden organize edildi ve yeni kurum ve kuruluşlar kuruldu. Yerel ve bölgesel kalkınma zemini, yeni müdahalelerin teşvik edilmesini zorunlu kılmaktadır. Günümüzde ise özellikle ortaklık ve işbirliğine dayalı yönetim modeli ile proje ve programlar tasarlanarak uygulanmaktadır.

Bölgesel kalkınma amacıyla ülkemizde faaliyet gösteren bir çok kurum ve kuruluş bulunmaktadır. Bu amaca hizmet eden kuruluşların başında Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Bölge Kalkınma İdareleri gelmektedir. Bu çalışmanın amacı Batı Karadeniz Bölgesinde (TR81 ve TR82 Düzey 2 Bölgeleri) mevcut kalkınma ajansları eliyle ortak bir program yönetim modeli ile kalkınmayı sağlamak ve yeni bir yönetim modeli geliştirmektedir. Gerek insan kaynağı ve gerekse kamu yatırımlarının etkin kullanılması amacıyla mevcut bir kurum ve kuruluş olmadan yönetim modeli oluşturmak ve bölgesel kalkınma için ortak bir program tasarısı hazırlamak amacıyla model önerisi sunulmuştur. Çalışma kapsamında yerel ve bölgesel kalkınma alanında çalışan alanında uzman kişilerle online görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla bölge kalkınma idareleri ve kalkınma ajanslarının yönetim yapıları incelenmiş ve program ve proje destekleme yöntemleri analiz edilmiştir. Her iki bölgenin demografik yapısı analiz edilmiş, ekonomik göstergeler dahilinde mevcut durum analizi yapılmıştır. Sonuç olarak bölgede yer alan ve önceliklendirilmesi gereken alanlara yönelik öncelikler her iki ajans için ortak kurgulanmıştır. Sanal örgüt modeli olarak da düşünebilen bu yeni organizasyon modelinde, fiziki bir ortam olmadığı halde, insanların iş yaptığı, mal ve hizmet üreterek değer yarattılabildiği bir örgüt olarak ifade edilebilir. Bu yönetim modeli, rekabet, işbirliği ve dayanışma temelinde

geliştirilmiştir. Bölüm sonunda farklı kurumlar için ortak politika ve program geliştirebilecekleri yönetim modeli öneri olarak sunulmuştur.

KURUMSAL YÖNETİM

Kurumsal yönetim, kuruluşların yapmayı planladıkları ve yapacakları faaliyetleri yönetme ve kontrol etme biçimini tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Tarihi Doğu Hindistan Şirketi, Hudson's Bay Şirketi, Levant Şirketi ve 16./17. yüzyıllarda kurulan diğer büyük şirketlerin oluşumuna kadar uzanır (Gurbanlı & Bal , 2022). Firmalar, kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum kuruluşları dahil olmak üzere birçok örgüt modelinde kurumsal yönetim yaklaşımına ihtiyaç duyulmaktadır. Kurumsal yönetim aslında plan ve programların oluşturulma sürecinde bir sistem oluşturma sürecidir. Örgüt tarafından benimsenen kültür, etik ve kurumsal değerler, liderlik tarzı, yönetim yapısı ve şekli kurumsal yönetim yaklaşımıyla ele alınabilir. Kurumsal yönetim yapısı, yönetim kurulu, yöneticiler ve diğer personel gibi şirketteki farklı katılımcılar arasındaki hak ve sorumlulukların dağılımını belirler (Kajola, 2008). Kurumsal yönetim, şirket ortakları (hissedarlar) ve diğer menfaat sahipleri ile ilgili kararların alınmasına ilişkin kural ve prosedürleri açıklayan bir sistem olarak işlenmektedir.

Kurumsal yönetim ve firma performansı arasındaki ilişki, uzun süredir özellikle gelişmiş ülkeler bağlamında tartışılan ve kapsamlı araştırmalar yapılan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Arora & Sharma, 2016). Ancak kurumsal yönetim, özel veya kamu kuruluşu fark etmeksizin tüm kurumların performansını iyileştiren ve düzenleyici politikalar formüle eden önemli bir kavramdır. İşletme performansı ve kurumsal yönetim arasındaki ilişki birçok boyutuyla yapılan çalışmalarla araştırmacılar tarafından incelenmiştir (Gurbanlı & Bal , 2022). Bu iki değişken arasındaki ilişkinin pozitif yönlü oluşu, başarılı ve büyük ölçekli şirketler özelinde değerlendirilebilir. Aile tipi işletme ve yönetim modelinden kurumsal yönetime geçiş sağlayan işletmelerde değişim rahatlıkla görülebilir. Kurumsal yönetim uygulayan, insan kaynakları güçlü, teknik kapasitesi ve becerileri taklit edilemeyen, özgün ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilen firmalar bu yönleriyle piyasada öne çıkmaktadırlar.

Kurumsal yönetimle birlikte doğal, beşerî ve ekonomik kaynakları etkili ve verimli kullanarak kalkınmayı yurt geneline yaymak, yerel dinamikleri ve fırsatları doğru biçimde değerlendirmek ve bölgeler arası gelişmişlik farklarını asgari düzeye indirmek Türkiye'deki bölgesel kalkınma politikalarının temel hedef ve stratejisi olmuştur. Ulusal kalkınma planlarında yer alan bölgesel kalkınma politikalarının temel amacı bölgeler arasındaki gelir dağılımı dengesizliğinin azaltılmasıdır. 21.yy başlarından itibaren bu amaç bölgeler

arasındaki rekabet edebilirliğinin artırılması olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülke sathında bütüncül planlama yaklaşımına bakıldığında, 1960 yılından itibaren tüm sektörleri içine alan bir yaklaşım benimsenmiş ve Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (DPT) kurulmuştur. Bununla birlikte bölgesel kalkınma ve planlama çalışmalarına geçiş süreci de başlamıştır. Bu kapsamda, Türkiye’de bölge planlama deneyimi ilk olarak Doğu Marmara Planlama Projesi ile başlamıştır. Daha sonra Zonguldak, Çukurova Bölgesi, Keban ve Antalya projeleri gibi bölgesel düzeyde projeler uygulanmıştır (Tutar & Ozturk, 2010).

Planlı döneme geçiş ile birlikte ‘bölgeler arasındaki gelir dağılımının azaltılması hedefi’ beş yıllık kalkınma planlarında yer almaya başlamıştır. Türkiye’de ilk kez 1989 yılında Güneydoğu Anadolu Projesi Bölge Kalkınma Projesi; 2011 yılında ise Doğu Anadolu Projesi (DAP), Doğu Karadeniz Projesi (DOKAP) ve Konya Ovası Projesi (KOP) kapsamında bölgesel kalkınma programları ve eylem planları uygulamaya konmuştur ve günümüzde 43 ili kapsamaktadır. Yerel potansiyelin harekete geçirilerek kaynakların yerinde ve etkin kullanılmasını sağlamak amacıyla 2006 yılından itibaren Düzey-2 bölgelerinde kalkınma ajansları kurulmaya başlanmıştır. Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) döneminde, 26 Düzey-2 bölgesinin tamamında kalkınma ajansları faaliyete geçmiş; bölgelerin ortak kalkınma bilincinin yükseltilecek ekonomik ve sosyal gelişmeyi hızlandıracak çalışmaların yapılmasına yönelik bölge planları hazırlanmıştır.

Tarihi ve kültürel mirasın ötesinde, kırsal alanlar sahip oldukları üretim hacmi ve nüfus nedeniyle insanlığın geleceği için halen kritik öneme sahiptirler (Torre & Wallet, 2016: 2). Kırsal alanlara yönelik yapılacak kalkınma planları aslında ulusal politikalar için de dayanak oluşturmalıdır. Bu bölgelerdeki gelişmeler tüm ülkeyi doğrudan veya dolaylı olarak etkileme gücüne sahiptir. Bölgesel kalkınma politikalarının genel amacı da; bölgelerin imkan ve kabiliyetlerini, yeniliğe ve iş birliğine dayalı yönetim temelinde geliştirerek dönüştürmek ve böylece ülkenin dengeli kalkınmasına azami katkıyı sağlamak şeklinde ifade edilmiştir. Bölgesel gelişme politikalarının ulusal düzeyde öncelik ve hedeflerini belirlemek amacıyla hazırlanan ve 2014-2023 yıllarını kapsayan Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi’nin (BGUS) vizyonu “sosyo-ekonomik ve mekânsal olarak bütünleşmiş, rekabet gücü ve refah düzeyi yüksek bölgeleriyle daha dengeli ve topyekûn kalkınmış bir Türkiye” olarak belirlenmiştir. Bu vizyona ulaşmak için refahın ülke sathına daha dengeli yayılması, tüm bölgelerin potansiyellerinin değerlendirilerek rekabet güçlerinin artırılması suretiyle ulusal kalkınmaya azami düzeyde katkı sağlanması, ekonomik ve sosyal bütünleşmenin güçlendirilerek ülke genelinde daha dengeli bir yerleşim düzeni ve mekânsal gelişmenin desteklenmesi amaçlanmaktadır.

Ulusal kalkınma planlarıyla birlikte kalkınma ajanslarının hazırlamış olduğu bölge planları da yerel düzeyde önemli katkılar sunmaktadır. Kalkınma ajansları tarafından hazırlanan bölge planları, bölgedeki potansiyellerin değerlendirilmesini ve diğer bölgeler ile aralarındaki gelişmişlik farklarının azaltılmasını amaçlamaktadır. Kalkınma Ajansları, bölge içi ve bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması fonksiyonunu yerine getirmek için bir dizi program, proje ve faaliyet gerçekleştirmekle birlikte sınırlı kaynaklar nedeniyle bir takım destekleme ve proje uygulama faaliyetleri Ajanslar eliyle yapılamamaktadır.

Yerel ve Bölgesel Kalkınma

Yerel ve bölgesel kalkınma özellikle 1960 ve sonrasında hem bölge bazında hemde ülkeler için önemi giderek artan bir faaliyet olmuştur (Pike, Pose, & Tomaney, 2006). Yerel ve bölgesel kalkınmanın yeni paradigması, mekânsal düşünme odaklı olup amaç mevcut insan kaynağı ile yenilikçi yaklaşımlar ile potansiyeli kullanarak özkaynaklarla değer yaratabilmektir (Tomaney, 2010, s. 6). Bu yaklaşım, yerel düzeyde sahip olunan maddi ve manevi kaynaklar doğrultusunda stratejiler geliştirmeyi ve toplumsal refah düzeyini artırmayı amaçlamaktadır. Nitekim sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak ve bölgesel rekabet edilebilirliği artırmak için mekansal dinamikleri harekete geçirmek oldukça önemlidir. Bu tür kalkınma hamlelerinin uygulamaya konulabilmesi için yerele adaptasyon sağlayabilecek kurum ve kuruluşların oluşturulması oldukça önemlidir. Bölgesel gelişmenin toplum nezdinde kabul görebilmesi ve yerel ekonomik dinamiklerin harekete geçirilmesi ancak farklı paydaşların katılımı ve işbirliğiyle mümkündür. Kalkınma ajanslarının önemli fonksiyonlarından biri de budur. Kamu, özel sektör ve üniversite arasında koordinasyon sağlamak ve işbirliği ile bu kurum ve kuruluşları ortak paydada buluşturmak ajanslar için önemli bir görevdir.

Basit bir analiz yapmak gerekirse bölgesel kalkınma kavramı aslında bünyesinde birden fazla unsuru barındırmaktadır. Tesisler, fabrikalar, firmalar, ağ bağlantıları, entegre üretim tesisleri, sanayi bölgeleri gibi. Ancak yerel ve bölgesel kalkınmanın sağlanabilmesi için bu unsurlardan bazılarının birleştirilmesi gerekir. Örgütsel yapılanma, endüstriyel sistemler, mekansal yapılar, kümelenme bölgeleri gibi (Scott & Storper, 1990). Kalkınmanın sağlıklı şekilde işleyebilmesi için bölgenin değişen tarihi ve coğrafi yapısı, insan kaynağı ve mevcut ticari varlıkların iyi bir yönetim felsefesiyle desteklenmesi gereklidir.

Bölgesel kalkınma, yöreye özgü ürün ve hizmetleri ekonomik değere dönüştürerek gelir elde etmek ve istihdam yaratmaktır. Her bölgenin kendine has dinamikleri vardır. Ülkemizde hemen her bölge kendine özgü coğrafik yapısı

nedeniyle farklı değerlere sahiptir. Bu değerlerin sayıca fazla olması veya katma değerinin yüksek olması bazı bölgelere rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu da geri kalan bölgeler ile gelişmiş bölgeler arasında ekonomik ve sosyal anlamda bir takım farklılıklarının oluşmasına neden olmaktadır. İklim şartları, nüfus yapısı, turizm değerleri ve tarımsal yapı gibi bir çok faktör üretim yapısına ve gelir kaynaklarının oluşumuna etki etmektedir. Burada önemli olan bu değerleri ortaya çıkarabilmek, koruyabilmek ve sürdürülebilir kalkınma noktasında ekonomiye kazandırmaktır.

Bölgesel Kalkınma Ajansları

Yerel ve bölgesel kalkınma amacıyla kurulan kalkınma ajansları farklı ülkelerde değişik dönemlerde kurulmuş ve genel olarak aracı kuruluş olarak tasarlanmıştır. Ülkemizde bölgeler arası eşitsizliklerin azaltılması ve bölgesel kalkınmanın sağlanması için Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) koordinasyonunda 5449 Sayılı Kanun ile 26 farklı Kalkınma Ajansı kurulmuş ve 2006 yılı itibariyle faaliyetlerine başlamıştır. Bölgesel Kalkınma Ajansları (BKA) her ne kadar Kalkınma Bakanlığı ilgili kuruluşu olsa da aslında özerk kamu kuruluşlarıdır. Kalkınma Ajansları doğrudan yatırım yapan uygulayıcı kuruluşlar olmayıp genel olarak bölgesel plan hazırlama, analiz ve raporlar ve sektörel öncelikler dolğusunda programlar tasarlayarak ilan etme amacıyla kurulmuştur. Her ne kadar ilk dönemler hibe destekleri ile ön plana çıkmış olsa da esas fonksiyonu özellikle Sanayi Bakanlığı koordinasyonu sonrası değişmiştir. Bölgede önem arz eden projelere öncülük etme, sektörel analiz ve raporlama ve finansman desteği son dönemde yoğun olarak uygulanmaktadır. Kalkınma Ajanslarının asıl görevi kamu, özel sektör ve sivil toplum Kuruluşları arasında işbirliğini destekleyerek yerel potansiyelin açığa çıkmasını sağlamaktır.

Bölge Kalkınma İdareleri

Ülkemizin gerçekleştirdiği kalkınma hamlesinin tüm bölgelerimiz ve toplum kesimlerimizce desteklenmesi, hâsıl olan faydalardan da adil bir şekilde yararlanılması hedefinin gerçekleştirilebilmesi noktasında ülkemizin bölgesel gelişme politikalarının önemi giderek artmaktadır. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının, etkinlik ve hakkaniyeti aynı anda sağlama stratejisi temelinde bölgelerarası farkları azaltmak ve bölgelerin rekabet gücünü öne çıkarmak ve desteklemek amacıyla çalışmalarını sürdürmektedir. Bu çalışmalar bağlamında, daha önce harekete geçirilemeyen bölgesel kalkınma planlarına hayatiyet kazandırılmış, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde GAP Bölge Kalkınma İdaresi ile başlayan entegre bölgesel gelişme çalışmaları Orta Anadolu'da KOP, Doğu Karadeniz'de DOKAP ve Doğu Anadolu'da DAP Bölge Kalkınma İdareleri ile

genişletilmiş ve yaygınlaştırılmış olup günümüzde 43 ili kapsayan bir coğrafyaya ulaşmıştır.

Güneydoğu Anadolu Projesi Bölge Kalkınma İdaresi (GAP - 9 il) Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Şanlıurfa, Siirt ve Şırnak, Konya Ovası Projesi Bölge Kalkınma İdaresi (KOP - 8 il) Aksaray, Karaman, Konya, Niğde Nevşehir, Yozgat, Kırıkkale ve Kırşehir, Doğu Karadeniz Projesi Bölge Kalkınma İdaresi (DOKAP - 11 il) Amasya, Artvin, Bayburt, Çorum, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Samsun, Tokat ve Trabzon, Doğu Anadolu Projesi Bölge Kalkınma İdaresi (DAP - 15 il) Ağrı, Ardahan, Bingöl, Bitlis, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Hakkari, Iğdır, Kars, Malatya, Muş, Tunceli, Van, Sivas şehirlerinden oluşmaktadır.

Söz konusu sorunların çözümüne yönelik olarak 2015 ve 2016 yıllarında bölge kalkınma idaresi kurulmasına yönelik çabalar gösterilmiş olsa da mülga Kalkınma Bakanlığı ve sonrasında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yeni bir idare kurulması uygun görülmemiştir. Bununla birlikte Türkiye’de günümüzde 43 ili kapsayan 4 bölge kalkınma idaresinin varlığı sebebiyle bu şehirlerde bölgelerin farklı ihtiyaçları bu idareler eliyle karşılanabilmektedir. Bunlara ek olarak farklı bölgelerde uygulanmakta olan Üreten Şehirler Programı, Cazibe Merkezleri Programı, IPARD Programı, farklı AB Programları da (mülteciler, göç vb.) kalkınma idarelerinin bulunduğu kentlerde uygulanmaktadır. Ancak bu programlar Batı Karadeniz bölgesinde uygulama alanı bulamamıştır. Söz konusu dezavantajlı durumun değiştirilmesi amacıyla Kuzey Anadolu Bölgesi Bölge Kalkınma Program tasarımı her iki bölge için avantaj sağlayabilecektir.

BATI KARADENİZ BÖLGESİ MEVCUT DURUM

TR81-82 Bölge Kalkınma Programı, iki Düzey-2 bölgesini ve 6 ili kapsamaktadır. TR81 Bölgesi; Zonguldak, Karabük ve Bartın illerinden; TR82 Bölgesi ise Kastamonu, Çankırı ve Sinop illerinden oluşmaktadır. Coğrafi olarak Karadeniz Bölgesi’nin batısında yer alan; doğuda Sinop ilinden batıda Zonguldak iline sahil boyunca uzanmakta; güneyde ise iç kısımda Çankırı ve Karabük illerini kapsamaktadır.

Tablo 1. İstatistikî Bölge Sınıflandırmasına Göre Bölge Durumu

Düzey-1	Düzey-2	Kalkınma Ajansı
TR 8 - Batı Karadeniz	TR81 - Zonguldak, Bartın, Karabük	Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (BAKKA)
	TR82 - Kastamonu, Çankırı, Sinop	Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA)

Nüfus ve Demografik Yapı

Türkiye’de kalkınma ajanslarının faaliyet gösterdiği 26 Düzey-2 bölgesinin 2022 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sisteminde (ADNKS) toplam nüfusları kıyaslandığında, nüfusu en düşük iki bölgenin TR82 Kuzey Anadolu Bölgesi ve TR81 Batı Karadeniz Bölgesi olduğu görülmektedir. TR82 Bölgesinde (Kastamonu, Çankırı, Sinop) nüfus 794,680 ile Düzey-2 bölgeleri arasında 26. ve son sırada yer alırken, TR81 Bölgesinde (Zonguldak, Karabük, Bartın) nüfus 1.043.919 ile 25. sırada yer almaktadır. Türkiye toplam nüfusu artmasına rağmen bölge nüfus toplamının dikkate değer bir artış göstermediği; bununla beraber Türkiye toplam nüfusu içindeki oransal payının düştüğü görülmektedir. Bölge illeri il dışına göçten önemli derecede etkilenmektedir. Söz konusu illerde yaşlı nüfus fazla ve genç nüfus oldukça azdır. TÜİK verilerine göre Türkiye genelinde 2022 yılında yaşlı bağımlılık oranı %14,3 iken TR81’de bu oran %20,2, TR82 Bölgesinde ise %28,6’dır. İki bölgede de yaşlı bağımlılığının Türkiye ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir.

Genç bağımlılık oranında ise Türkiye ortalaması %33,7 iken TR81 Bölgesi’nde bu oran %24,4; TR82 Bölgesi’nde ise %25,6’dır. Genç nüfusu bu bölgelerde Türkiye ortalamasının oldukça altında kalmaktadır. Bu durum bölge dışına göçün fazla olduğunu ve ayrıca doğum oranı ile nüfus artış hızının ise düşük olduğunu göstermektedir.

TR81 ve TR82 bölgelerinde kırsal nüfus düşerken kentsel nüfus artmaktadır. TÜİK tarafından açıklanan verilere göre 2012 yılından 2022 yılına doğru her yıl kente göç nedeniyle kır-kent nüfus oranı kent lehine sürekli artış göstermiştir. Ancak aynı dönemde iki bölgede de kırsal nüfus oranı büyükşehir yasasından kaynaklanan istatistiki kırılmaya rağmen Türkiye geneli kır nüfusunun oldukça üzerinde kalmaya devam etmektedir. Bunun temel sebepleri arasında bölgede büyükşehir olmaması da önemli bir etkidir. 2022 yılındaki TÜİK istatistiklerine göre Türkiye’de kırsal nüfus oranı %7 iken, TR81 Bölgesi’nde % 37,4; TR82 Bölgesi’nde %35,3 seviyesinde kalmıştır. TR81 ve TR82 Bölgelerinde toplam 59 ilçe ve 2.810 köy bulunmaktadır. İllerin tamamında il özel idaresi bulunmakta olup henüz büyükşehir statüsü kazanan il bulunmamaktadır. Bölgelerde, ayrıca, toplam 26 belde bulunmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2. TR81 ve TR82 Bölgelerinde Yer Alan Mahalli İdare Sayıları

İller	İlçe Sayısı	Belediye Sayısı	Belde Sayısı	Köy Sayısı	KHGB Sayısı
Bartın	4	8	4	263	4
Çankırı	12	15	3	371	12
Karabük	6	7	1	277	6
Kastamonu	20	20	0	1054	20
Sinop	9	9	0	465	9
Zonguldak	8	26	18	380	8
TOPLAM	59	85	26	2810	59

Kaynak: TÜİK, 2022

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından hazırlanan İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması'nda (SEGE-2017) 26 adet Düzey-2 bölgesi arasında sosyo-ekonomik gelişmişlik bakımından TR81 Bölgesi on ikinci; TR82 Bölgesi yirmi birinci sıradadır. 2011 yılı sıralamasına göre karşılaştırıldığında TR81 Bölgesi'nin 2017 SEGE'de on üçüncü sırada iken bir sıra yükselerek on ikinci sıraya yükseldiği; TR82 Bölgesi'nin ise iki sıra gerileyerek on dokuzuncu sıradan yirmi birinci sıraya gerilediği görülmüştür.

Aynı çalışmada iller, gelişmişlik durumlarına göre en gelişmişten en az gelişmişe doğru altı kademede değerlendirilmiştir. Program bölgesinde yer alan illerden Karabük ikinci, Zonguldak üçüncü, Bartın ve Kastamonu dördüncü, Sinop ve Çankırı ise beşinci kademe iller arasında yer almıştır. İller seviyesinde ise Karabük ilinin yirmi sekizinci sıradan yirmi ikinci sıraya yükselmesinin dışında genel olarak önceki seviyelerine yakın kaldığı ve çok büyük değişimler olmadığı görülmektedir.

Tablo 3'da yer alan alt boyutlar itibariyle bölge illerinin sıralamalarına bakıldığında birbirinden çok farklı gelişmişlik performansı gösterdikleri görülmektedir. Örneğin, istihdam boyutuna göre bölge illeri daha yukarı sıralamalarda yer alırken demografi, eğitim, rekabetçilik ve yenilikçilik vb. konularda daha gerilerde yer almaktadır.

Tablo 3. TR81 ve TR82 İlleri SEGE Sıralamaları, 2017

	Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik	Demografi Değişkenleri	İstihdam Değişkenleri	Eğitim Değişkenleri	Sağlık Değişkenleri	Rekabetçi ve Yenilikçi Kapasite Değişkenleri	Mali Değişkenler	Erişilebilirlik Değişkenleri	Yaşam Kalitesi Değişkenleri
Karabük	22	24	18	19	22	30	15	31	15
Zonguldak	28	48	7	48	24	46	20	18	24
Bartın	46	56	26	39	41	67	39	38	49
Kastamonu	48	51	47	43	37	57	38	63	43
Sinop	52	60	62	49	36	64	49	62	38
Çankırı	55	77	38	58	40	65	52	49	53

Kaynak: TÜİK, 2017

Sektörel Yapılanma

TR81 Batı Karadeniz Bölgesi, madencilik faaliyetleri ve buna bağlı olarak gelişim gösteren demir-çelik endüstrisi ile varlığını sürdürmüş, bu özelliği ile gelişerek büyümüş bir bölgedir. 1940'lı yıllardan itibaren madencilik sektörü ile demir çelik sektörü, bölgenin kalkınmasını sağlayan ve en fazla istihdam olanağı sunan sektörler olmuştur. 1990'lı yıllarla birlikte bölgenin bağımlı sektörel yapısı ve hâkim sektörlerde yaşanmaya başlayan daralma ile birlikte istihdam ve bölgesel kalkınmada sorunlar yaşanmaya başlamıştır(BAKKA, 2014).

TR82 Bölgesi'nde ise kırsal nüfus yoğunluğuna bağlı olarak tarım, önemli bir yere sahip olmakla birlikte madencilik ve turizm sektörlerinde büyüme kaydedilirken zengin orman ve orman ürünleri varlığına paralel olarak imalat sanayinde ilerleme görülmektedir. Bu büyüme ve ilerleme farklı sektörlerde, farklı özellikler sergilemektedir.

Program bölgesinde (TR81-82) önemli sektörlerden biri turizm sektörüdür. Orman ve fundalık alanların bitki örtüsünün çoğunluğunu oluşturduğu bölge, kırsal kalkınmayı da destekleyecek doğa turizmine elverişli pek çok değeri bünyesinde barındırmaktadır. Küre Dağları Milli Parkı ve Yenice Ormanları doğal değerlerden en fazla bilinenleridir. Bölge, doğa turizminin yanı sıra kültür-tarih-kongre ve kıyı turizmi için de elverişlidir. UNESCO tarafından "Dünya Miras Kenti" unvanı verilen Safranbolu ve Dünya Mirası Geçici Listesine eklenen Amasra Kalesi turizm açısından marka değeri taşımaktadır.

Son yıllarda endüstriyel miras öğeleri ve doğa turizmine yönelik yatırımlarıyla da turizm sektöründe Zonguldak'ın önemi artmıştır. Türkiye'nin tek taşkömürü havzası olan ve bu sayede Türkiye'nin ağır sanayi hamlesine öncülük eden Zonguldak'ta ayrıca ülkemizin ilk ve tek maden müzesi yer almaktadır. Benzer şekilde TR82 Bölgesi; coğrafi yapısı, iklim özellikleri, tarihi – kültürel mirası, orman varlığı ve doğal güzellikleri ile birçok turizm türü için uygun ortam

sunmaktadır. 2013 yılında açılan ve kapasitesi yükseltilen havalimanları, ilçe bağlantı yollarındaki iyileştirmeler, Ilgaz 15 Temmuz İstiklal Tüneli ile TR82 Bölgesi daha ulaşılabilir hale gelmiştir. Kış turizmi, eko-turizm, deniz ve kıyı turizmi, inanç ve tarihi eser turizmi Bölgede ön plana çıkmaktadır (KUZKA, 2014).

TR81 Bölgesi'ne gelen yerli ve yabancı turist sayısı incelendiğinde; tesise geliş sayılarına göre 2002 yılında 278 bin seviyelerinde olan turist sayısı 2019 yılında 825 bine kadar yükselmiştir. Ziyaretçilerin %40 'ı yabancı turistler olmuştur. Yabancı turistlerin yaklaşık % 80-85'i Safranbolu'ya ziyaret gerçekleştirmektedir. TR82 Bölgesinde ise turistik amaçlı ziyaretleri daha çok yerli turistler gerçekleştirmektedir. TR82 Bölgesi'ndeki turizm işletme belgeli ve mahalli idarelerce belgelendirilen konaklama tesislerine 2019 yılında gelen toplam 495.122 yerli ve yabancı turist olduğu; yabancı turist oranının ise %2,5 olduğu tespit edilmiştir. Dünya genelinde görülen salgının etkisini yitirmesi ile birlikte bölgeye gelen ziyaretçi sayısının hızla yükseleceği öngörülmektedir.

Gayrisafi Yurtiçi Hasıla

2019 yılı TÜİK verilerine göre GSYH Türkiye için 9.213 \$ olarak gerçekleşirken bu değer Batı Karadeniz Bölgesi'ndeki (TR81 ve TR82 Bölgeleri) tüm illerde Türkiye ortalamasının altında kalmıştır. Batı Karadeniz Bölgesinde yer alan iller için kişi başına düşen GSYH; Kastamonu 6.825\$, Zonguldak 6.461\$, Sinop 5.557\$, Çankırı 6.619\$, Karabük 6.818\$ ve Bartın ili için ise 5.669\$ olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2020).

Cari fiyatlarla hesaplanan Bölgesel GSYH ortalamasına bakıldığında 26 adet Düzey-2 Bölgesi sıralamasında TR82 Bölgesi 25. Sırada yer alırken TR81 Bölgesi 23.sırada yer almıştır. Bölgesel gelişmenin sağlanması ve kişi başına düşen gelirin artması için yeni projelerin hayata geçirilmesi, istihdam yaratılması ve üretimde katma değer yaratılması oldukça önemlidir.

YENİ YÖNETİM MODELİ- SANAL ÖRGÜTLENME

İşbirliği, dayanışma ve rekabet ekseninde benzer özellikler gösteren iki bölge için ortak bir yönetim modeli önerisi sunulabilir. Kamu kaynaklarının etkin ve verimli kullanılması odağında en büyük gider kalemlerinden biri olan beşeri sermayenin ortak vizyon etrafında çalışmasını sağlamak zaman, mekan ve maddi anlamda büyük avantajlar sağlamaktadır (Hoof, Hendriksen, & Bloomfield, 2014). Bu amaçla yeni bir yönetim modeli ile belirli öncelikler doğrultusunda yerel ve bölgesel açıdan ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanması için öneriler sunulmuştur. Yapılan analizler neticesinde, ortak bir program tasarımı ve

tek bir yönetim yapısının kamu kaynağının etkin kullanımı açısından avantaj sağlayabileceği öngörülmektedir.

Alternatif yönetim modelleri ararken, ele alınması gereken asıl konu bölgesel örgütlenmenin nasıl yapılacağıdır. Bölgesel kalkınmayla birlikte kamu yatırım programlarının etkin olarak yürütülmesini sağlamak amacıyla etkili ve meşru yönetim modelleri kurgulanmalıdır. Bu amaçla işbirliği yapma ve uyum içerisinde çalışma için hangi yöntemlerin etkili olabileceği değerlendirilmiştir. Bölgesel bazlı sanal bir örgüt yapısı oluşturmak ve karar alma süreçlerini hızlandırmak amacıyla katılımın etkin olduğu ve güçlü dayanışma ve işbirliğinin egemen olduğu sanal yönetim modeli uyarlanmaya çalışılmıştır. Bölgede yer alan paydaşların program önceliklendirme çalışmalarına katılımlarının sağlanmasının yanı sıra koordinasyon ve uyum içerisinde çalışmalarını sağlamak etkin bir yönetim modeli için oldukça önemlidir.

Literatür taraması gerçekleştirilmiş, sektörel raporlar ve kalkınma planları incelenmiştir. Bölge planları ve ulusal planlamalar incelenerek kapsamlı değerlendirmeler yapılmıştır. Son yıllarda yayımlanan OECD raporları, kalkınma planları ve güncel TÜİK verileri araştırmada kullanılmıştır. Özellikle Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından 2021 yılında hazırlanan Türkiye’de Kentsel ve Kırsal Yerleşim Sistemleri Araştırma Projesi (YERSİS) sonuçları araştırmaya kaynak teşkil etmiştir.



Şekil 1: Yönetim Modeli

Koordinasyon ve işbirliğini kolaylaştırmak ve farklı yasal statüleri olan paydaşların uyum içerisinde çalışmalarını sağlamak oldukça önemlidir. Bu yönetim modeli işbirliği, karar alma süreçlerine katılım ve aynı zamanda dayanışma ile mümkündür. Bölgelere özgü sosyo kültürel yapı, iklim ve doğal şartları ve ekonomik ve beşeri sermaye ortak bir program tasarlama mantığını kolaylaştırmaktadır. Her iki bölgenin rekabet edebileceği düşünülse de aslında bu yönetim yaklaşımıyla uyum ve işbirliği ekseninde dayanışma ortaya çıkmaktadır.

Dolayısıyla bölgesel rekabet avantajı sağlandığı takdirde aslında diğer bölgeler ile ekonomik ve sosyal anlamda rekabet edebilme gücü de artacaktır.

YENİ TİP ÖRGÜTSEL YAPI VE MODEL ÖNERİSİ

TR81 ve TR82 bölgeleri farklı kamu kaynaklarından görece daha az faydalanan, aynı zamanda birçok yapısal ve sosyo-ekonomik problemler barındıran illerden oluşmaktadır. Bu olumsuz durumların giderilmesi amacıyla yeni bir planlama anlayışıyla söz konusu bölgelerde bölgesel kalkınma programı hazırlanması gerekli görülmüştür. TR81 ve TR82 Bölgelerinde toplam nüfus yaklaşık 1.8 milyondur ve diğer bölgelerle kıyaslandığında düşük olarak değerlendirilebilir. TÜİK'in nüfus projeksiyonlarına bakıldığında her iki bölgenin de 2023 yılında nüfusunun bir milyonun altına düşeceği öngörülmektedir.

Bölgelerde yaşlı nüfus Türkiye ortalamasının üzerinde ve her yıl yaşlı bağımlılık oranı artmaktadır. Genç nüfus ise Türkiye ortalamasının altındadır. Nüfus artış hızının yavaşlaması; bölge dışına göç verilmesi, yaşlı bağımlı nüfusun yüksek olması bölgenin demografik sorunları arasında en önemli hususlardır. Bölgelerin ortak sorunları arasında girişimcilik kültürünün yeterince gelişmemiş olması, işsizlik, göç, coğrafi ve topoğrafik şartların zorlukları, çarpık ve plansız kentleşme, kaçak yapılaşma ve ulaşım/erişim gibi problemler başı çekmektedir. Yoğun kırsal nüfusun varlığından dolayı bu bölgelerde özellikle kırsal kesime yönelik önemli ekonomik ve sosyal tedbirlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Her iki bölgeye bakıldığında genel itibarıyla sanayi açısından belirli bir altyapıya sahip olmakla birlikte sektörel bağımlılığın yüksek olduğu ve sektörel çeşitlendirmeye ihtiyaç duyulduğu, turizm alanında potansiyeli bulunmakla birlikte ancak altyapı eksikliklerinin öne çıktığı ve kırsal nüfusun yoğun olmamasına rağmen kısıtlı tarımsal ve kırsal faaliyetlerin yürütüldüğü görülmektedir. Bölgelerde tarımın GSYH içindeki payı düşüktür. Buna karşın tarımsal istihdam yüksektir. Kırsal yerleşim tarım odaklı olmaktan daha çok hizmetler ve sanayi sektörlerinin baskın olduğu bir yapıya sahiptir. Bu durumda tarımsal verimliliğin artırılması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Bölgelerde illerin SEGE sıralamalarına bakıldığında genel gelişmişlik görünümü açısından bölgelerin orta-az gelişmiş niteliğine sahip olduğu değerlendirilebilir. Bu bölgelerde mevcut olan birçok problem, yapısal ve köklü çözümlerin yanında yüksek bütçe ve fon kaynağı gerektirmektedir. Mevcut durumda bu sorunlara yönelik olarak yatırım programlarında yer alan kamu yatırımları, Ajanslar veya diğer kurumların mekanizmalarıyla yürütülen projeler oldukça kısıtlı olup yapısal dönüşümü sağlamak için sınırlı görülmektedir. Yerel ve kırsal kalkınmayı teşvik edecek model projelerin desteklenmesi için sağlanan

fon kaynaklarına bakıldığında TR81 ve TR82 bölge illerinin, Türkiye'nin az gelişmiş diğer bölgelerine oranla daha az kaynak temin edebildiği ya da bazı kaynaklarda destek kapsamına alınmadığı görülmektedir.

Sanayi Bakanlığı tarafından programlanan ve Türkiye genelinde on bir büyükşehirde uygulanan Cazibe Merkezleri Destekleme Programı (CMDP) kapsamına TR81 ve TR82 bölge illeri alınmamıştır. IPARD tarımsal ve kırsal kalkınma destekleri kapsamında yalnızca Kastamonu ve Çankırı illerinden gelecek projeler desteklenmektedir. 2018 yılında Uluslararası Kırsal Kalkınma fonu (IFAD) tarafından Batı Karadeniz Kırsal Kalkınma Projesi, Kastamonu, Sinop ve Bartın illerinde uygulanırken bölgeden Zonguldak, Karabük ve Çankırı illeri projeye dahil edilmemiştir. Bölgede şimdiye kadar bölgesel kalkınma projesi uygulanmamıştır. Ülkemizde GAP, DOKAP, DAP ve KOP projeleri ile uygulanan kalkınma projeleri kapsamında yapılan desteklemeye benzer şekilde, Bölge Kalkınma Programı ile TR81 ve TR82 bölgelerinde ilk kez proje destekleme faaliyetleri yürütülecektir. Bu kapsamda, bütüncül ve tematik kalkınmayı tüm TR81 ve TR82 bölgelerini kapsayacak şekilde uygulanacak programlar için kaynak sağlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Yeni tip örgütsel yapılanma modeli ile yerel ve bölgesel kalkınmanın sağlanması ve kaynakların etkin kullanımı için işbirliği, uyum ve dayanışma sağlanarak kamu kurumları aracılığıyla sanal bir örgüt kurulması, farklı disiplinlerden gelen çalışanların seçilmesi ve iş bölümü yapılması ve öncelikli olarak desteklenmesi gereken alanların belirlenerek çalışmaların yürütülmesi önerilmektedir. Bu amaçla bölgede faaliyetlerine devam eden ve kalkınma misyonu ile çalışan kurumlardan seçilecek personeller ile program bazlı çalışma gruplarının oluşturulması ve bölgesel planlama çalışmalarının yapılması önerilmektedir. Bu tarz bir sanal örgütlenme modelinin sağlayabileceği en büyük fayda işbirliği ve maliyet avantajıdır. Mevcut kurumların sahip olduğu fiziki ve beşeri kaynakların optimum düzeyde kullanılması yeni bir program için ek maliyet oluşmasını önleyebilecektir. Nitekim yeni bir fiziki binanın inşa edilmesi ve yeni uzman kadrosunun oluşturulması önemli sayılabilecek ek maliyet oluşturmaktadır. Bölgede faaliyet gösteren kurumların belirli imaja sahip olması, bölgede yer alan paydaşlarla işbirliği ve koordinasyon içerisinde çalışılması karar alma süreçlerine fayda sağlayabileceği gibi kararların onanmasını da hızlandırabilecektir. Nitekim kalkınma misyonu ile kurulan ve bölgede yer alan yatırımcılara destek sağlayan bu finansal kuruluşların uzun süredir devam eden çalışmaları bulunmaktadır.

ÖRGÜTSEL YAPILANMA: SEKTÖREL OPERASYONEL PROGRAMLAR (SOP)

TR81-82 Bölge Kalkınma Programı kapsamında her iki bölge için öncelik arz eden sektörler esas alınmış ve buna yönelik olarak bir sektörel operasyonel programlar (SOP) tasarlanmıştır. Bölge Planları, Yerleşim Merkezlerinin Kademelenmesi (YER-SİS) sonuçları, sektörel analiz ve raporlar doğrultusunda bölgede öncelikli olarak odaklanılan temalar kırsal alanda gelişme, turizm ve beşeri sermaye olmuştur.

Programın stratejik çerçevesi oluşturulurken bölgenin mevcut durum analizi yapılmış, artı ve eksi yönler gözden geçirilmiş, bölge ve illeri ile diğer bölgeler ve ülke geneline göre kıyaslamalar yapılmış ve bu verilere göre ortaya çıkan değerlendirmeler ışığında amaç, hedef ve sektörel operasyonel programlar oluşturulmuştur.

Bölgede yer alan nüfusun yaklaşık %38'inin kırsal alanda yaşadığı düşünüldüğünde tarımsal ve kırsal faaliyetlerin desteklenmesinin, teknolojinin bu alanlarda yaygınlaştırılmasının ve yerel bazda yapılan üretimin ulusal pazarlara ulaşmasının oldukça önemli olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Programın Amaç, Hedef ve Sektörel Operasyonel Programları

Amaç	Hedef	Sektörel Operasyonel Program	Açıklama
1. ÇALIŞMA GRUBU Kırsal Alanda Ekonomik ve Sosyal Gelişmenin Sağlanması	Tarım ve tarıma dayalı sanayi üretiminin artırılması	S.1. Katma Değerli Üretimin Geliştirilmesi (ÖRNEK)	Bölgede, özellikle kırsal gelirin artırılması için tarım, hayvancılık ve zanaat ürünlerinin çeşitlendirilmesi, geliştirilmesi ve markalaştırılması sağlanacaktır. Ürün odaklı yenilikçilik ve geliştirme projeleri desteklenecektir. Tıbbi ve aromatik bitkiler, endüstriyel bitkiler, su ürünleri, kanatlı ve küçükbaş hayvancılık, yöresel ürünler, mantar gibi ürünlerde geliri artırıcı tarım, üretim, satış, işleme vb. faaliyetler geliştirilecektir.
		S.2. Yenilikçi Tarım Uygulamalarının Geliştirilmesi (ÖRNEK)	Tarıma dayalı girişimciliğin geliştirilmesi ve tarımda verim ile geliri artıracak yenilikçi uygulamaların yaygınlaştırılması sağlanacaktır. Seracılığın yaygınlaştırılarak verimin

			artırılması, akıllı ve susuz sera uygulamaları, tarımda makineleşme yaygınlaştırılacak, tarımsal atıkların enerji, gübre gibi girdi ve ürün olarak döngüsel ekonomiye kazandırılmasına yönelik altyapı ve tesis projeleri uygulanacaktır.
	Kırsal alanda sosyal yaşam kalitesi artırılacaktır.	S.3. Temel altyapı ve kamusal hizmetlerin geliştirilmesi (ÖRNEK)	Kırsaldan yaşam kalitesinin artırılması ve kırsala erişilebilirliğin artırılması amacıyla altyapı iyileştirme faaliyetleri desteklenecektir. Kırsal hizmetlere erişim, çevre yönetimi; atık toplama, arıtma ve geri dönüşüm faaliyetleri, kırsal estetik, sivil mimari koruma ve yenileme, kırsalda kaynak verimliliği gibi kırsal yerleşimlerin daha yaşanabilir hale gelmesini sağlayacak yenilikçi altyapı faaliyetleri yürütülecektir.
		S.4. Sosyal donatıların desteklenmesi (ÖRNEK)	Kırsal refahı artıracak ve kırsal yaşamı cazip kılacak sosyal altyapı ve imkanlar artırılacaktır. Atıl kamusal binaların yeniden kazanılması, kütüphaneler, ortak alanlar, rekreasyon alanları vb. sosyal donatılar desteklenerek kırsal yaşam unsurları zenginleştirilecektir.
		S.5. Kültür ve sanat faaliyetlerinin desteklenmesi (ÖRNEK)	Yerelde sosyal hayatın canlandırılması ve vatandaşların kaliteli zaman geçirmeleri amacıyla tiyatro, konser, sergi, sinema gibi etkinliklerin de yer alacağı eğitim, kültür ve sanatsal faaliyetlerin yürütüleceği imkanlar oluşturulacaktır.
2. ÇALIŞMA GRUBU	Doğa ve kültür turizm altyapısı geliştirilecektir.	S.6. Doğal ve Kültürel Değerlerin Turizme Kazandırılması (ÖRNEK)	Bölgede turizmin cazibesini, turist sayısını ve gelirlerini artıracak altyapı ve uygulama projeler desteklenecektir. Yeni destinasyonların oluşturulması; var olan unsurların korunması, rehabilitasyonu ve erişimini

Turizmin Geliştirilmesi ve Çeşitlendirilmesi			artıracak yatırım, tanıtım ve dijitalleşme faaliyetleri yürütülecektir.
		S.7. Deneyim Odaklı Turizm Uygulamalarının Geliştirilmesi (ÖRNEK)	Bölgede turizm tür ve faaliyetlerini çeşitlendirecek; bölgeye gelen turistlerin daha çok zaman geçirmelerini sağlayan deneyimler yaratacak; bölge turizminin katma değerini artıracak ekoturizm, sportif turizm, endüstriyel turizm vb. turizm ürünleri oluşturulması desteklenecektir.
	Bütünleşik turizm faaliyetleri geliştirilecektir.	S.8. TR81-82 Bölgesel Turizm Destinasyonun Güçlendirilmesi (ÖRNEK)	Bölgede destinasyon yönetimi faaliyetleri kapsamında belirlenen turizm odaklarına yönelik destinasyon geliştirme, rotalama, markalaşma, ve uluslararası ağlara katılım faaliyetleri desteklenecektir.
3. ÇALIŞMA GRUBU	Beşeri sermaye, girişimcilik ve yenilikçilik geliştirilecektir.	S.9. Mesleki eğitim ve kişisel becerilerin geliştirilmesi (ÖRNEK)	Eğitim ve istihdama katılamayan genç ve kadınlara beceri kazandırılarak gelişimlerini desteklemek ve var olan işgücünü daha nitelikli hale getirilerek kapasitelerini artırmak üzere düzenlenecek mesleki eğitim, sertifika ve planlama faaliyetleri desteklenecektir. Bu amaçla kurulacak olan atölye, merkez ve dijital erişim platformlarının kurulması sağlanacaktır.
		S.10. Girişimcilik ve yenilikçilik altyapısının geliştirilmesi (ÖRNEK)	Bölgede özellikle kadın ve gençler arasında girişimciliği ve yenilikçiliği yaygınlaştıracak; güncel gelişmeler ışığında yazılım, dijitalleşme, ürün geliştirmeyi teşvik edecek eğitim; yatırım ve girişim eşleştirme vs. programların düzenlenmesi desteklenecektir. Ayrıca, bu amaçlara yönelik ihtiyaç duyulan alt yapılarının oluşturulması sağlanacaktır.
Sanayi Ekosisteminin Güçlendirilmesi			

Kurumsal yönetim anlayışının önemli ilkelerinden olan kaynakların etkin ve verimli kullanılması ortak akıl ve işbirliği ile mümkündür. Aynı kurumlarda benzer faaliyetlerin yapılmaması, kurumlar arası uzman personellerin proje veya faaliyet bazlı ortak çalışmalar yürütmesi fonksiyonel yönetim anlayışı içinde önemli bir gösterge olacaktır. Yukarıda yer alan tablodan görüldüğü üzere ulusal politikalar ve programlar ile uyumlu olarak hazırlanan yerel ve bölgesel ölçekli planların daha esnek ve sektörel önceliklere göre hazırlanması son derece önemlidir. Kurum içerisinde görev alan personelin sonuç odaklı çalışması, her personelin farklı sektörel konularda uzmanlaşması da yine kurum içi esnek veya rotasyona tabi yönetim anlayışı ile mümkündür. Sonuç olarak kaynakların etkin kullanımı, bölgesel kalkınmanın sağlanması, yerel ve potansiyele sahip ürünlerin ticarileştirilmesi ve değere dönüştürülmesi rasyonel iş bölümü ve kurumsal yönetim anlayışı ile mümkündür. Fiziksel bir bina ve kapsamı net olarak tanımlı kurumlar yerine ortak değer yaratabilen ve sanal olarak harekete geçebilen örgütlerin oluşturulması 21.yy'da faaliyet gösteren kurumlar için önemli bir insiyatifdir. Nitekim sanal örgütlenme modelinde fiziki bir mekan zorunluluğu olmadığı düşünüldüğünde koordinasyon daha kolay olarak sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

Arora, A., & Sharma, C. (2016). *Corporate Governance and Firm Performance in Developing Countries: Evidence From India*. © Emerald Group Publishing Limited, 420-436.

BAKKA (2014), Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı Bölge Planı, 2014-2023, Zonguldak.

DPT (1991) *1992 Yılı Programı*, Ankara.

DPT (2010) *2011 Yılı Programı*, Ankara.

DPT (2007) *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)*, Ankara, 2007.

DPT (1968) *İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)*, Ankara, 1968.

DPT (1996) *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)*, Ankara, 1996.

Hoof, L. V., Hendriksen, A., & Bloomfield, H. (2014). Sometimes you cannot make it on your own; drivers and scenarios for regional cooperation in implementing the EU Marine Strategy Framework Directive. *Journal of Elsevier*, 1-8.

Gurbanlı E. & Bal C. G., (2022). Kurumsal yönetim sürecinde bilgi yönetiminin rolü. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 135-152.

Kajola, S. (2008). Corporate Governance and Firm Performance: The Case of Nigerian Listed Firms. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 16-28.

Kalkınma Bakanlığı, *Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi*, 2014

KUZKA (2014), Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, Bölge Planı 2014-2023, Kastamonu.

KOSGEB, *2008-2012 Stratejik Planı*, Ankara, 2008.

Pike, A., Pose, A., & Tomaney, J. (2006). *Local and Regional Development*. New York: Routledge.

Scott, A., & Storper, M. (1990). *Regional Development Reconsidered*. LA, California: Powered by the California Digital Library.

Tomaney, J. (2010). *Place-based Approaches to Regional Development: Global Trends and Australian Implications*. Sydney: Australian Business Foundation.

Torre, A., & Wallet, F. (2016). *Regional Development in Rural Areas Analytical Tools and Public Policies*. Switzerland: Springer.

Tutar, E., & Öztürk, N. (2010). Türkiye'de Gerçekleştirilen Bölgesel Planlama Çalışmaları. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(1-2).

TÜİK (2022) *Adrese Dayalı Nüfus Verileri*, Ankara.

TÜİK (2019) *Makro Ekonomik Göstergeler*, Ankara.

TÜİK (2017) *SEGE Sıralamaları*, Ankara, 2017.

30. Bölüm

Covid 19'un Dış Ticarete Etkisi: Belirli Sektörlerin Endüstri İçi Ticaret İncelemesi: Türkiye Örneği 2017-2022

Meryem ÖZDEMİR¹

¹ Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı
meryemozdemirrr@hotmail.com, Orcid: 0000-0002-2827-0278

1.Giriş

Uluslararası dış ticaret ülkelerin ihtiyaçları ile ivme kazanmaya başlayarak ekonomik kalkınma açısından avantaj olacağı düşünülerek hareket kazanmış üzerine ülkeler arası kısıtlamalar, kotalar, anlaşmalar derken bugünkü serbest dış ticaret haline gelmiştir.

Bu süre zarfında uluslararası ticaret birçok teori ile açıklanmıştır, değişen ticaretin yapısını açıklamada yetersiz kaldıkça yeni teoriler gündem olmuştur. Çalışma da son güncel teorilerden endüstri içi ticaret teorisi ile analiz çalışmasına yer verilmiştir.

Dış ticaretin önemli ülkelerinden Çin’de yaygınlaşan virüs tüm dünyayı etkisi haline alınca global bir hal almış, ülkelerin ekonomik yapısında değişikliğe yol açmıştır. Bu çalışmanın amacı covid-19 ekomik değişkenlerin dış ticaret üzerinde değişimine göz atmak, öncelikle Türkiye’nin son yıllardaki dış ticaret yapısının tarımsal ve sanayi sektörleri üzerinden ele almak, ardından 1960 sonrası dış ticareti açıklamada ortaya çıkan endüstri içi ticaret üzerinden belirli sektörlerin endüstri içi ticareti hesaplanarak covid-19 dönemi etkisine bakılmak istenmiştir. O dönemde bazı ülkelerin çıkarmış olduğu aşular, genel olarak sağlık sektöründe oluşan ciddi ihtiyaçlar nedeniyle belirlenen sektörlerin ilki olarak Tıp ve Eczacılık Ürünleri (54 nolu ürün grubu) seçilmiştir. Ardından oluşan maske ihtiyacı, maske ticaretinin gündeme gelmesi insanların pandemi döneminde kapanıp online ticarete giyim harcamalarına yüklenmesi nedeniyle Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya) (65 nolu ürün grubu) seçilmiştir. Son olarak ele alınan sektör Motorlu kara taşıtları, bisiklet ver motosikletler, bunların aksam ve parçası (78 nolu ürün grubu), bu sektörün tercih edilme nedeni ise Türkiye endüstri içi ticaretinde en yüksek eit değerinin saptandığı sektörlerden biri olmasıdır, Covid-19 döneminde sektörün karşılıklı dış ticareti ne boyutta seyir izledi saptanmak istenmiştir.

Çalışmada sektörlerin endüstri içi ticaret değerini bulmak için Grubel-Lloyd (GL) endeksi kullanılmıştır.

2. Endüstri İçi Ticaret

Endüstri içi ticaret, aynı sanayideki malların aynı zamanda hem ithal hem de ihraç edilmesi olarak ifade edilir, bir başka deyişle hemen hemen aynı malların değişimidir. (Aquino, 1978: 275).

Faktör donanımları teorisi benzer ülkeler arası dış ticareti açıklarken, birbirinden farklı ekonomik yapıda olan ülkelerin dış ticaretini açıklamada yetersiz kalmış, endüstri içi ticaret teorisi anlam kazanmıştır.

İlk olarak Endüstri içi ticaret kavramı Balassa’nın Avrupa Ekonomik Topluluğuna imalat sanayi malları ticareti için yaptığı çalışmada değinilmiştir.

İlk düzenli çalışma ise 1975 yılında Grubel-Lloyd tarafından yapılmış sanayileşmiş bütün ülkeler için endüstri içi ticaretin çok önemli olduğuna değinmiştir. EİT ölçülmesi için endeks geliştirmiş Grubel-Lloyd olarak adlandırılan bu endeks, EİT hesaplamasında en sık kullanılan endekslerdendir. (Özdemir ve Kösekahyaoglu, 2019:40-56).

3. Grubel-Lloyd Endeksi

Endüstri içi ticaretin hesaplanmasında en sık kullanılan yöntemlerdendir.

Grubel-Lloyd'a göre endüstri içi ticaret, benzer endüstrilerde karşılıklı yapılan ihracat ve ithalat miktarıdır. Bu tanıma göre endüstri içi ticaret (G_j) şu şekilde ifade edilmiştir:

$$G_j = (X_j + M_j) - |X_j - M_j|$$

“ X_j ” yapılan ihracat “ M_j ” yapılan ithalat değerlerini, “ j ” Endüstri İçi Ticareti hesaplanan endüstriyi ifade etmektedir. Söz konusu ülkenin diğer ülkeler ile yaptığı ticaret ise “ G_j ” değeri ile ifade edilmiştir.

Endüstriler arası ticaretin hesaplanması: $W_i = |X_j - M_j|$

Endüstri içi ticaret, bir endüstrinin ihracat veya ithalatının $|X_j - M_j|$ dışındaki ticaret değeridir ($X_j + M_j$).

G_j yani endüstri içi ticaret endeksi 0-1 arasında bir değer alır, 100 ile çarpıp yüzdesel ifade etmekte mümkündür. 0-1 arasında bir değeri ifade ettiği göz önünde bulundurulduğunda, endeksin sıfırı göstermesi endüstriler arası ticaretin olduğunu, endeksin 1 ya da 1 e yakın olması ise endüstri içi ticaretin olduğunu göstermektedir. (Grubel ve Lloyd, 1975: 28).

4. Covid 19 Öncesi ve Sonrası Türkiye Dış Ticaret Verileri;(2013-2021)

Tabloda Türkiye'nin 2013-2021 yılları arası ihracat ithalat verileri yer almaktadır. Tüm dünyada ekonomi II. Dünya Savaşından sonra ilk defa 2008-2009 küresel ekonomik krizinden sonra neredeyse tüm ülkelerde daralma yaşanmıştı. Covid-19 pandemi etkisiyle 2020 yılında da yine dünya ekonomisinin daraldığı birçok kaynakta edilmektedir. Tuik verilerinden almış olduğumuz aşağıdaki tabloda da 2020 Türkiye ihracatında önemli bir düşüşün olduğunu bir önceki yıla göre %6,2 küçülme yaşandığını söylemek mümkün. Hemen ardından 2021 yılında ihracatta %32,8, ithalatta %23,6 artış gözlenmiştir. Gerek kısıtların azalması gerek devlet önlemleri gerek harcama artışları çok kısa sürede dış ticarete yüksek bir artışa neden olmuştur. (Ersungur, Kılıç, Tığtepe, 2022).

Tablo 1: Türkiye ihracat-ithalat verileri: 2013-2022

Yıllara göre dış ticaret, 2013-2021 (genel ticaret sistemi)
Foreign trade by years, 2013-2021 (general trade system)

Yıllar Years	İhracat Exports		İthalat Imports		Dış ticaret dengesi Balance of foreign trade	Dış ticaret hacmi Volume of foreign trade	İhracatın ithalatı karşılama oranı Proportion of imports covered by exports (%)
	Değer Value	Değişim Change (%)	Değer Value	Değişim Change (%)	Değer Value	Değer Value	
2013	161 480 915		260 822 803		-99 341 888	422 303 718	61,9
2014	166 504 862	3,1	251 142 429	-3,7	-84 637 567	417 647 291	66,3
2015	150 982 114	-9,3	213 619 211	-14,9	-62 637 098	364 601 325	70,7
2016	149 246 999	-1,1	202 189 242	-5,4	-52 942 243	351 436 241	73,8
2017	164 494 619	10,2	238 715 128	18,1	-74 220 509	403 209 747	68,9
2018	177 168 756	7,7	231 152 483	-3,2	-53 983 726	408 321 239	76,6
2019	180 832 722	2,1	210 345 203	-9,0	-29 512 481	391 177 924	86,0
2020	169 637 755	-6,2	219 516 807	4,4	-49 879 052	389 154 562	77,3
2021	225 214 458	32,8	271 425 553	23,6	-46 211 095	496 640 011	83,0

(r) Revize edilmiştir.
(r) Data revised.

Kaynak: TUIK

4.1. Tarım sektörü

İnsanların temel ihtiyaçlarını giderilmesi adına büyük öneme sahiptir. Covid-19 tüm sektörlerde etki ettiği gibi tarım sektöründe de önemli sonuçlar doğurmuştur. Tarım, beslenme, gıda güvenliği insanlarda endişeye yol açmıştır. Arz yönünde ciddi aksamalar yer almıştır. Ülkeler temel gıda olarak sayabileceğimiz buğday, mısır tahıl vb. ürünlerde ihracat kısıtlamasına gitmiştir. Türkiye son yıllarda ihracat kaleminin yüksek olduğu temel gıda tarım ürünlerinde ithalat artışına gitmiştir. Covid-19 döneminde tarım sektörü ithalat kaleminde artış mevcuttur. Aynı zamanda salgının vermiş olduğu ekonomik kriz nedeniyle gıda sektörü ürünlerinde ciddi fiyat artışlarından bahsetmekte mümkün. (Ayдын, Güner, 2020).

COVID-19 salgınında alınan tedbirler gıda arzında sınır yaratmış. Gıda tedarik zincirinde çıkan bu aksaklık tarladan gıdanın işlenmesine, gıda ticaretinden, ulusal ve uluslararası lojistik sistemlerine, ara ve nihai talebe kadar olan gıda zincirinin tüm halkalarını etkilemiştir. (OECD, 2020; Varshney vd., 2020; Schmidhuber vd., 2020).

Örneğin birçok ülkede büyük ölçüde toprakta verim beklenirken, hasatların kısıt dönemlerine gelmesi nedeniyle mahsullerde ciddi kayıplara yol açmıştır. Bu tedarik zincirinin aksamasına tüketiciye ulaşmasına kadar birçok sıkıntıyı beraberinde taşımaktadır. (Mahajan ve Tomar, 2020). Bireylerin gelirlerinin azalması, harcama gücünün düşmesi hem arz yönlü hem talep yönlü daralmalar içermektedir. (Bhusal, 2020).

4.2. Sanayi Sektörü

Yaşanan krizin işletmeciler açısından birçok sorun teşkil etmesi beklenendi. Tarım sektöründe hasatın gecikmesi gibi yasalara serbestlik gelene kadar çalışan izinlerinin verilmesine kadar geçen sürede üretim aksaklıkları yer aldı. Bir yandan da imalatı devam eden hatta artan sanayi alt kolları yer aldı özellikle temel eczacılık ve eczacılığa ilişkin malzeme imalatı. (Karaca, 2022).

2020 Aralık ayı Tuik raporuna göre; imalat sanayinin ihracattaki payı %93,2, ara malların toplam ithalattaki payı %72,5 olmuştur.

Tablodada imalat sanayi, sermaye, ara ve tüketim mallarının dış verileri gösterilmektedir.

Tablo 2: sektörler ihracat-ithalat verileri: Aralık 2020

Sektörlere göre dış ticaret, Aralık 2020

(Milyon ABD \$)

Sektörler	Aralık					Ocak-Aralık				
	2019		2020		Değişim (%)	2019		2020		Değişim (%)
ISIC Rev.4	Değer	Pay (%)	Değer	Pay (%)		Değer	Pay (%)	Değer	Pay (%)	
İhracat (FOB)										
Toplam	15 387	100,0	17 850	100,0	16,0	180 833	100,0	169 482	100,0	-6,3
Tarım, ormancılık ve balıkçılık	666	4,3	771	4,3	15,8	5 589	3,1	5 958	3,5	6,6
Madencilik ve taşocaklığı	259	1,7	349	2,0	34,5	3 200	1,8	2 932	1,7	-8,4
İmalat	14 392	93,5	16 642	93,2	15,6	171 219	94,7	159 796	94,3	-6,7
Diğer	69	0,5	89	0,5	28,4	825	0,5	796	0,5	-3,5
İthalat (CIF)										
Toplam	20 055	100,0	22 381	100,0	11,6	210 345	100,0	219 397	100,0	4,3
Sermaye (yatırım) malları	2 731	13,6	3 422	15,3	25,3	26 068	12,4	31 811	14,5	22,0
Ara (ham madde) malları	15 074	75,2	16 220	72,5	7,6	162 530	77,3	162 924	74,3	0,2
Tüketim malları	2 219	11,1	2 709	12,1	22,1	21 196	10,1	24 095	11,0	13,7
Diğer	30	0,2	30	0,1	-1,1	551	0,3	567	0,3	2,8

Tablodaki rakamlar, yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyecektir.

ISIC: Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması

BEC: Geniş Ekonomik Grupların Sınıflaması

Kaynak: TUIK, 2020 Aralık raporu.

2022 yılı imalat sanayi seyrine baktığımızda da tuik 2022 Temmuz Raporuna göre; imalat sanayinin ihracattaki payı %94,2, ara malların toplam ithalattaki payı %80,5 olmuştur.

5. Belirli Sektörlerin Endüstri İçi Ticaret İncelemesi: Türkiye Örneği 2017-2022

Çalışmada yazar tarafından seçilmiş 3 sektörün 2017-2022 yılları arası ticaret verileri ele alınarak covid-19 dönemi endüstri içi ticareti incelenmiştir.

Analiz hesaplaması yapılırken Standart Grubel-Lloyd Endeksi tercih edilmiştir.

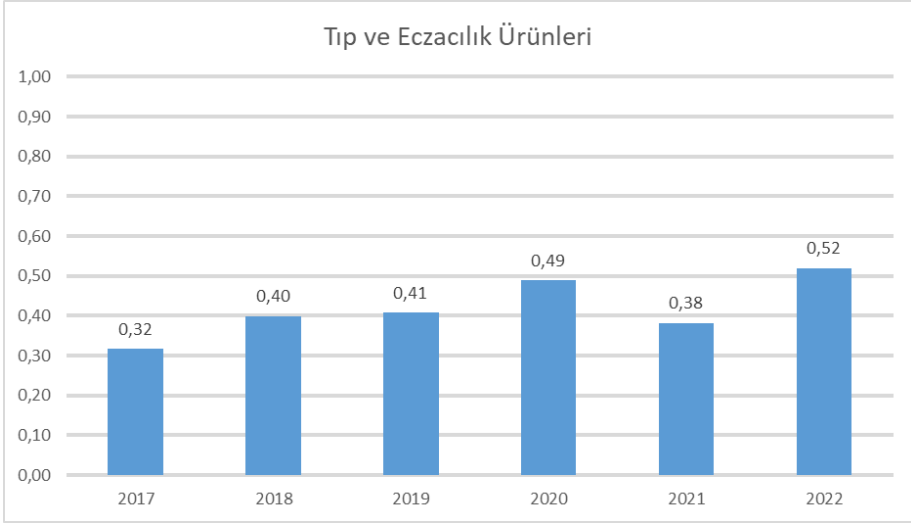
$$B_j = 1 - (| X_j - M_j | \div X_j + M_j)$$

İncelenen ürün grupları;

Tablo 4: Seçilmiş Ürün Grupları

	ürün kodu	sektör tanımı
1	54	Tıp ve eczacılık ürünleri
2	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)
3	78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ver motosikletler, bunların aksam ve parçası

5.1. Tıp ve Eczacılık Ürünleri (54 nolu ürün grubu)

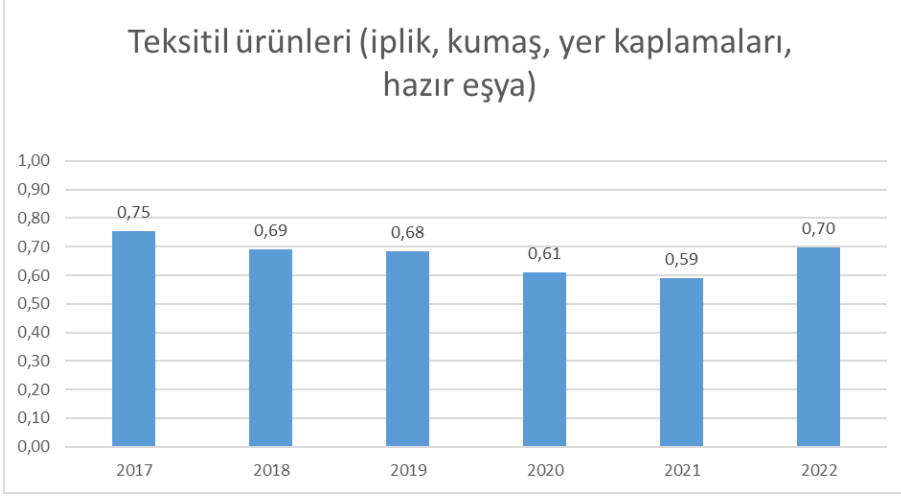


Şekil 1: Türkiye Tıp ve Eczacılık Ürünleri EIT değerleri

Kaynak: TÜİK dış ticaret istatistikleri 2017-2022 yılları ürün ürün grubu 2 sınıflandırmasına göre, Türkiye ihracat ve ithalat verileri kullanılarak Standart Grubel Lloyd Endeksi ile hesaplanmıştır.

Sektörün en yüksek endüstri içi ticaretinin görüldüğü 0.52 değeriyle 2022 yılı olmuştur. Hesaplamaya göre eit 2017 0.32, 2018 0.40, 2019 0.41, 2020 0.49, 2021 0.38 olarak bulunmuştur. 2020 yılında artışın bir önceki yıllara göre 0.41 den 0.49 a geçişi ile pandemi de Tıp ve Eczacılık Sektöründe karşılıklı endüstri içi ticarete hareketlenme olduğunu söylemek mümkün. Yine de değerlerin çok yüksek olmaması nedeniyle Türkiye bu ürün grubu bazında endüstri içi ticarete düşük konumda yani ithalat yada ihracatının diğerinden yüksek olduğunu söyleyebilmekteyiz.

5.2. Tekstil Ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya) (54 nolu ürün grubu)



Şekil 2: Türkiye Tekstil Ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya) EIT değerleri

Kaynak: TÜİK dış ticaret istatistikleri 2017-2022 yılları ürün ürün grubu 2 sınıflandırmasına göre, Türkiye ihracat ve ithalat verileri kullanılarak Standart Grubel Lloyd Endeksi ile hesaplanmıştır.

Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya) (65 nolu ürün grubu) Türkiye'nin önemli endüstri içi ticaretin bahsedildiği ürün gruplarından.

2017 yılında 0.75, 2018 yılında 0.69, 2019 yılında 0.68 değerleri ile yani 2017-2019 yılları arası yaklaşık 0.70 lik değere sahipken pandemi ile düşüş yaşanmış 2020 yılında 0.60, 2021 yılında 0.59 eit değerlerini bulmaktayız. Endüstri içi ticaretin düşmesi 2022 yılında toparlanarak pandemi önceki seyir haline geri gelmiş 2022 yılı için değer 0.70 olarak hesaplanmıştır.

5.3. Motorlu kara taşıtları, bisiklet ver motosikletler, bunların aksam ve parçası



Şekil 3: Türkiye Motorlu kara taşıtları, bisiklet ver motosikletler, bunların aksam ve parçası

Kaynak: TÜİK dış ticaret istatistikleri 2017-2022 yılları ürün ürün grubu 2 sınıflandırmasına göre, Türkiye ihracat ve ithalat verileri kullanılarak Standart Grubel Lloyd Endeksi ile hesaplanmıştır.

Motorlu kara taşıtları, bisiklet ver motosikletler, bunların aksam ve parçası (78 nolu grubu)

Türkiye'nin en yüksek endüstri içi ticaretine sahip ürün gruplarından biridir. Pandemi döneminde sektörün endüstri içi ticaretinin devamlılığını görmek amacıyla analize dahil edilmiştir. Eit 2017 yılında 0.84, 2018 yılında 0,69 olarak hesaplanmıştır. 2019 yılında sektörün eit değeri yüksek düşüş yaşamış değeri 0,55 olarak elde etmekteyiz. Çin'in pandemiye Türkiyeden önce girmesi dış ticarete tedarik zincirinde sorunlar yaşanması gibi etkenler karşılıklı ticareti 2019 yılında hızlı etkilemiş olabilir. 2020 yılında sektörde beklenen yüksek değerler tekrar karşımıza çıkmış eit 0,83 olarak hesaplanmıştır. 2021 yılı eit 0.78, 2022 yılında 0,80 olarak elde edilmiştir.

SONUÇ

Covid-19 dönemi ülkelerin uluslararası ticaretini, ekonomik yapılarını oldukça etkilemiştir. Dönemi uluslararası ticaret boyutunda ele aldığımızda, ürün çeşitliliğinden devam eden, ticareti duran, ticareti artan boyutta birçok inceleme

yapılabilir. Ayrıca tedarik zinciri aşaması ticaret için ciddi sıkıntılar yarattı bu aşamada da incelemeler ele alınabilir.

Biz çalışmamızda covid-19 dönemi Türkiye uluslararası ticaretine kısaca değinerek, Türkiye'nin seçilmiş belirli ürün grupları ile endüstri içi ticaretine değindik.

Tıp ve Eczacılık (54 nolu ürün grubu) sağlık sektöründe oluşan ihtiyaçların endüstri ticaret boyutuna baktığımızda ticarete hareketlenme yaşandığı ancak Türkiye için bu ürün grubunda yüksek bir endüstri içi ticaretin oluşmadığını saptadık.

Tekstil Ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)(65 nolu ürün grubu) oluşan maske ihtiyacı, insanların psikolojik alışverişe yönelmeleriyle sektörün pandemi yıllarında artması tahmin edilmişti. Ancak elde edilen değerler 2020 ve 2021 yıllarında endüstri içi ticaretin düştüğünü göstermektedir.

Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası (78 nolu ürün grubu) Türkiye'nin en yüksek endüstri içi ticaretine sahip sektör gruplarından biri olan 78 ürün grubu endüstri içi ticaret açısından pandemi döneminde 2019 yılında keskin bir düşüş yaşamış, diğer yıllarda tekrar genelde seyreden değerlerine ulaştığını analizde elde ettik.

Sonraki çalışmalarda daha spesifik nedenlerle tedarik zincirleri durumu ile birleştirilerek bir çalışma elde edilebilir.

KAYNAKÇA

- Aydın, A., & Güner, A. (2020). Covid-19 Salgınının Tarım Sektörü Ve Gıda Güvenliği Üzerine Etkisi: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Artuklu Kaime Uluslararası İktisadi Ve İdari Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 155-171.
- Aquino, A. (1978). Intra-Industry Trade and Inter-Industry Specialization as Concurrent Sources of International Trade in Manufactures,. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 14, 275- 296.
- Bhusal, A. (2020), Agriculture and COVID-19: Problems and Opportunities.
- Grubel, H. G., (1975)., “Intra-Industry Trade”, *The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*, 71-117.
- Karaca, M. (2013). *Türkiye'nin 2000-2012 Dönemi Cari İşlemler Açığı Sorunu* (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- KILIÇ, F. A., TIĞTEPE, E., & ERSUNGUR, Ş. M. Covid-19 Pandemisinin Uluslararası Ticarete Etkisi: Türkiye Örneği. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, 9(27), 66-81.
- Özdemir, M., Kösekahyaoğlu, L. (2019). Türkiye'nin İhracatçı Sektörlerinde Endüstri İçi Ticaretin Payı: 1990-2017 Dönemi Üzerine Bir İnceleme. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*, 1(1), 40-56.
- TİM, (2022). Türkiye İhracatçılar Meclisi, İhracat 2022 Raporu, [TIM İhracat Raporu 2022.pdf](#), 09.01.2023.
- [TÜİK - Veri Portalı \(tuik.gov.tr\)](#), 09.01.2023.
- [TÜİK Kurumsal \(tuik.gov.tr\)](#), sayı 37438, 33669, 10.01.2023.
- Varshney, D., Roy,D. Meenakshi,J.V. (2020), *Impact of COVID-19 on Agricultural Markets: Assessing The Roles of Commodity Characteristics, Disease Caseload And Market Reforms*, Springer.

31. Bölüm

Dijital Pazarlama Kapsamında Sosyal Medya Pazarlaması: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma

Elif BEZİRGAN¹
Muammer BEZİRGAN²

1 Dr. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, , ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5930-1615>.

2 Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, BUBFA Öğretim Üyesi, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-6562-539X

1.GİRİŞ

Dünya’da 90’lı yıllardan itibaren, ülkemizde de 2000’li yılların başından itibaren iletişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmelerin bir sonucu olan internet ve internet teknolojileri işletme faaliyetleri içindeki yerini almaya başlamıştır. İnternet ve teknolojilerinin işletme içi ve işletme dışı bilgi akışını sağlıklı bir şekilde düzenlemesi işletme faaliyetlerinde etkinlik ve verimliliği artırmış ve bu artışın da somut olarak ölçülebilmesi internetin işletme faaliyetlerinde kullanımında büyük bir artışa yol açmıştır. Müşterilerden siparişlerin alınması, siparişlerin işlenmesi, üretim faaliyetleri, pazarlama faaliyetleri, muhasebe-finansman faaliyetleri, araştırma-geliştirme faaliyetleri vb. gibi faaliyetler günümüzde iletişim ve bilgisayar teknolojileri temelinde sürdürülmektedir.

İşletme fonksiyonları içerisinde üretim ile birlikte en temel fonksiyonlardan birisi olan pazarlama fonksiyonu, son 20 yıllık süreçte yaşanan dijital dönüşümden en fazla etkilenen işletme fonksiyonu olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle çevrimdışı pazarlama maliyetlerinin yüksek oluşu, çevrimiçi kullanıcı sayısının günden güne artıyor olması ve Z kuşağı kullanıcılarının aktif internet kullanıcıları olarak piyasada rol üstlenmeleri gibi faktörler, işletmelerin pazarlama faaliyetlerini diğer işletme fonksiyonlarına nazaran daha fazla dijital platformlara aktarmasına neden olmuştur.

2000’li yıllarla birlikte başlayan dijital dönüşüm, tüm sektörlerde olduğu gibi, bankacılık sektöründe de olanca hızı ile yaşanmaktadır. İnternet kullanımının günden güne artmasıyla birlikte işletmeler, tüketiciler ile olan ilişkilerini dijital platformlar üzerinden gerçekleştirmektedirler. Sosyal medya siteleri diye tabir edilen sosyal bloglar, en ucuz dijital pazarlama uygulamalarından birisidir. Aynı zamanda bu bloglar dijital nesil ile iletişim kurabilmenin en efektif yollarından birisidir.

Çalışmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların sosyal medya kullanım düzeylerini araştırmaktır. Ayrıca çalışmada bankalar özelliklerine göre kategorize edilerek kullanım düzeyleri açısından karşılaştırmalar yapılacaktır. Çalışmada sosyal medya platformları Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube ile sınırlandırılmıştır.

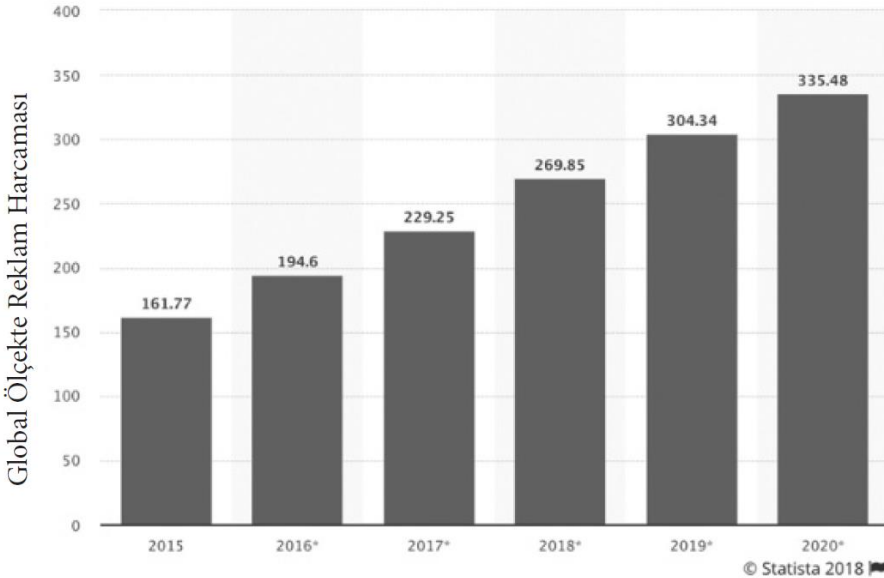
2. DİJİTAL PAZARLAMA KAVRAMI

Geleneksel pazarlama anlayışında üretici ile tüketici arasında tek taraflı bir akış ve iletişim söz konusuyken, gelişen teknolojiler ve İnternet’in sağladığı imkânlarla bağlı olarak çift taraflı ve sürekli kendini yenileyen bir iletişim süreci ortaya çıkmıştır. Böylelikle kurumlar, pazarlama uygulamalarında ve pazarlama yöntemlerinde, sistemin bugüne kadar alışıl gelmiş biçimlerinden farklı olarak, ‘dijital dünyanın’ sağladığı olanaklar sayesinde üretici-tüketici ağının

kurgulanmasını ve işleyişini dijital tarafa doğru yöneltmişlerdir (Bulunmaz, 2016). İnternetin gelişimiyle beraber geleneksel tüketici “dijital bir tüketici”ye dönüşmüştür. Bu tüketiciyi anlamak işletmeler açısından oldukça zor bir hal almıştır. Bu yeni nesil tüketici, işletmelerin, ürünleri ve markalarıyla ilgili, kendilerine vermek istediği bilgilerden çok daha fazlasını, dijital pazarlamanın en önemli unsuru olan sosyal ağlar sayesinde edinmektedir. Bu yüzden dijital pazarlamayı doğru bir biçimde anlamak, doğru stratejiler uygulamak işletmeler için son derece kritik bir önem taşımaktadır (Alan, Kabadayı ve Erişke, 2018:494). Öncelikli olarak ekonomik anlamda büyük bir finansal fayda sağlayan dijital pazarlama, hedef kitleyle olan eş zamanlı etkileşim, güncellenebilirlik, yaratıcılık ve yeniliklere açık olma gibi farklılıkları sayesinde rekabetçi özelliklerini ortaya koymaktadır (Bulunmaz, 2016).

Dijital dünyanın gelişiminin farkında olan işletmeler, pazarlama uygulamalarını dijital platformlara doğru yönlendirmektedirler. Bunun yanı sıra daha önceden hiç pazarlama çalışması yapmayan küçük ve orta büyüklükte sayılabilecek bir çok işletme, dijital olanakların gelişmesiyle birlikte dijital pazarlamanın fırsatlarından yararlanarak pazarlama çalışmaları gerçekleştirmeye başlamışlardır. Aşağıda yer alan grafikte global ölçekte dijital reklam harcamalarının yıllar itibarıyla seyri yer almaktadır.

Global Dijital Reklam Harcaması



Kaynak: Gökşin, 2017:7

Global ölçekte reklam harcamalarının 2015 yılından 2020 yılına kadar geçen 5 yıllık süreçte %100 den fazla bir artış göstereceği tahmin edilmektedir. Tabloya göre pazarlama faaliyetlerinin gelenekselden dijitale doğru geçiş yaptığını söylemek mümkündür. İlerleyen yıllarda teknolojinin gelişimi ve kullanıcı sayısının artışına paralel olarak dijital pazarlama çok daha yoğun olarak kullanılacaktır. Dünya geneli reklam harcamaları toplamı 2019 yılında 634 milyar \$, 2020 yılında 587 milyar \$ olurken (2019 yılına göre % 7,5 azalmış) 2021 yılında dünya geneli reklam harcamaları toplamının 620 milyar \$ (2020 yılına göre % 5,6 artış) olacağı, 2022 yılında dünya geneli reklam harcamalarının 652 milyar \$ olacağı tahmin edilmektedir (drdatastats.com). Aynı zamanda 2019 yılında reklam harcamalarının % 48'i, 2020 yılında reklam harcamalarının % 50'si dijital reklam harcamasıdır. 2023 yılında ise bu oranın % 58 olacağı tahmin edilmektedir.

En genel şekliyle, dijital kanalları kullanarak gerçekleştirilen ve tüm pazarlama uygulamalarını dijital ortamda gerçekleştiren pazarlama yöntemi olarak tanımlanabilecek dijital pazarlama, her ne kadar geleneksel pazarlama uygulamalarının dijital kanallar vasıtasıyla gerçekleştirilmesi olarak açıklansa da, geleneksel pazarlama uygulamalarıyla kıyaslandığında oldukça büyük avantajlara sahiptir (Bulunmaz, 2016). Geleneksel ortamda yapılan pazarlama uygulamalarının benzerlerinin sanal ortamda gerçekleştirilmesi olarak değerlendirilebilecek bu yeni uygulama alanı, bir taraftan daha geniş bir hedef kitleye ulaşımı sağlarken, aynı zamanda çok daha az maliyetle bu çalışmaları gerçekleştirme fırsatı sunmuştur (Mert, 2018). Çok hızlı gelişen bu dünyada, dijital pazarlamanın gücünü kullanan markalar, rakipleriyle rekabetlerinde daha avantajlı bir konuma sahip olmaktadır. Bu rekabeti üstün bir şekilde sürdürmek için dijital pazarlamanın güçlü yanlarını doğru ve kullanabilir seviyede bilmek ve değerlendirmek gerekmektedir. Dijital pazarlamanın geleneksel pazarlamaya göre güçlü yönleri şunlardır (Gökşin,2017:8):

- Hız: Hedef kitlenin verdiği tepkilere ya da işletmenin verdiği acil kararlara göre reklamların stratejisini hızlıca değiştirebilir.
- Etkileşim: Web 2.0 teknolojisi ile birlikte dijital medyada hem markadan kullanıcıya hem de kullanıcıdan markaya çift yönlü olarak bilgi akışı gerçekleştirilebilmektedir.
- Hedefleme: Tüm kullanıcılara aynı marka mesajını vermek yerine her bir hedef kitleye özel uygun marka mesajı vermek kullanıcıların daha fazla ilgisini çekmektedir.
- Ölçümleme: Gösterim, tıklama ve gerçekleşen dönüşüm sayısı gibi daha önceden belirlenen performans göstergelerine göre reklamın başarısı somut olarak ölçülebilir.

- **Maliyet:** Geleneksel pazarlamada yapacağınız reklamlarda yüksek bütçelerle geniş kitlelere ulaşmak yerine düşük bütçelerle hedeflediğiniz daha küçük kitlelere ulaşmak mümkündür.
- **Optimizasyon:** Reklamların performansını anlık olarak takip etmek ve en iyi performansı sağlayan reklama yatırım yapmak şirket verimliliği açısından önemlidir.

Dijital kapsamda yapılan çalışmalar çok geniş bir mecrada gerçekleştirilmektedir. Sosyal medya pazarlaması, web pazarlaması, e-mail pazarlaması sms/mms pazarlaması, reklamlar (gösterim bazlı/tıklama bazlı) vb. gibi çok değişik ve birbirinden ayrılan dijital pazarlama kanalları bulunmaktadır. Bunlar arasında işletmeler tarafından en sıklıkla kullanılanları dijital reklamlardır. Dijital reklamları altı grupta sınıflandırmak mümkündür (drdatastats.com):

- **Display (görüntülü) reklamlar :** Web sitelerinin her sayfasında karşılaşılan kişiye özel olmayan reklamlardır.
- **Native (doğal) reklamlar:** Display reklamların kişiye özel olanlarıdır, kişinin alışkanlıklarına ve internet geçmişine göre yayımlanır.
- **Sosyal medya (social media) reklamları:** Sosyal medyada (Facebook, twitter, instagram) yayımlanan reklamlardır.
- **Arama motoru dijital reklamları (Search engine marketing – SEM):** Kişinin arama sonuçlarına göre yayımlanan reklamlardır.
- **Video reklamları:** Video yayınlarında öncesinde ve sırasında yayımlanan reklamlardır.
- **E-posta reklamları (E-mail marketing):** E-postalarla yapılan reklamlardır.

3. SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI

İnternet pazarlaması olarak kabul edilen sosyal medya kavramının tanımı, onu oluşturan iki kelimedenden türetilmiştir. Medya genellikle yayınlar / kanallar aracılığıyla reklamcılık ve fikirlerin ya da bilgilerin iletişimi anlamına gelirken; sosyal, bir grup veya topluluk içindeki bireylerin etkileşimini ifade etmektedir. Birlikte ele alındığında ise sosyal medya, bireylerin belirli araç veya araçlarla kişilerarası etkileşimi sayesinde üretilen ve sürdürülen iletişim anlamına gelmektedir (Neti, 2011:2). İlk olarak insanların sosyalleştiği ortamlar olarak gelişen sosyal ağlar, aynı zamanda örgütler için önemli bir rekabet aracı haline gelmiştir. Örgütler çok daha fazla tüketiciye ulaşmak ve rekabette öne çıkmak için bu platformları kullanmaktadır. Sosyal ağlar birçok marka için hedef kitle ile buluşma noktası haline gelmiştir (Kırcova & Enginkaya, 2015:87).

Sosyal medya, firmaların müşterileri ile iletişim şeklini değiştirmesinin yanı sıra iş adımlarının yapılaş şekillerinde de büyük değişiklikler yaratmıştır. Firmalar müşterileriyle iletişime geçmek, potansiyel müşterileri kazanmak, müşterilerine güven vermek, marka bilinirliklerini ve imajlarını korumak için sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar (Alan, Kabadayı ve Erişke, 2018). Sosyal medya pazarlaması, etkileşimi, işbirliğini ve içerik paylaşımını kolaylaştırmayı amaçlayan çevrimiçi uygulamalar, platformlar ve medyadır (Gedik, 2020:71). Sosyal medya bireylerin video, fotoğraf, görüntü, yazı, karikatür, düşünce, dedikodu, haberler gibi içerikleri paylaşmak için kullandığı çevrimiçi kaynaklardır ve bu kaynaklar blogları, vlogları, sosyal ağları, mesaj panolarını, podcastleri ve wikileri kapsamaktadır (Barutçu ve Tomaş, 2013: 7). Sosyal medya diğer online toplulukların bir kombinasyonu şeklindedir. Çünkü kişiler sosyal medya sitelerine üye olarak aynı zamanda aynı web sitesi üzerinden blog tutabilmekte, fotoğraf ve videolarını paylaşabilmekte ve tartışma panoları ve forum tarzı ilgi gruplarına bağlanarak fikir ve tavsiyelerini paylaşabilmektedirler. Bu tür sosyal medyaya üye olan kişiler de bir başka online topluluk şeklini oluşturur ki, bu kişiler de pazarlama iletişimcilerinin üzerine özenle eğilmesi gereken yeni bir paydaş grubudur (Çelik, 2014).

Sosyal medya uygulamalarının yaygın örnekleri; Instagram ve Flickr (çevrimiçi fotoğraf paylaşım sitesi), Wikipedia (bilgi, referans), Facebook ve Myspace (sosyal ağ), Twitter (mikroblog), youtube (dijital video paylaşımı) del.icio.us (işaretleme, etiketleme) ve çevrim içi oyun ağları olarak sıralanabilir (Barutçu ve Tomaş, 2013: 7). Bu uygulamalar veya platformlar arasında Twitter, Facebook, Instagram, Youtube en çok kullanılan sosyal medya platformları olarak öne çıkmaktadır.

Facebook, Youtube, Twitter ve Instagram gibi bir çok platformda anlık olarak milyonlarca insan tarafından içerik üretilmektedir. Bunun ötesinde hedef kitle, yani müşteriler, firmalardan bu platformlar aracılığıyla kendileriyle gerçek zamanlı iletişim kurmalarını talep etmektedir. Reklam ve halkla ilişkiler ajanlarından firmaların kurumsal iletişim departmanlarına kadar sektörün çalışanları, müşterilerine daha iyi hizmet vermek amacıyla daha iyi iletişim kurabilmelerin baskısı altındadır. Artık, firmalar daha iyi iletişim kurmak adına müşterilerine kılavuzluk etmek, onları iyi yönlendirmek zorundadırlar. Firmaların müşteriyle gerçek zamanlı iletişim kurabilmeleri ve online kültürlerini oluşturabilmeleri için online sosyal medyada ihtiyaçları vardır (Çelik, 2014).

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte özel sektör işletmelerinin yanında devlet birimleride gündemlere hızlı tepki verebilmek, vatandaşları / kamuoyunu bilgilendirmek ve onların acil sorunlarına cevap verebilmek için “proaktif” ve yanıtlayıcı bir sosyal medya stratejisi izleme eğilimindedirler

(Kavanaugh vd., 2012). İletişim yönünden daha sınırlı bir tutuma sahip olan kamu kuruluşlarının sosyal medya araçlarını interaktif bir biçimde kullandığı günümüzde, ticari amaç güden işletmelerin sosyal medya kanallarına kayıtsız kalmaları günümüz koşullarında neredeyse imkansızdır.

4. BANKALARIN SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Bankalar teknolojinin gelişimiyle birlikte, işletme faaliyetlerini şube bankacılığından dijital bankacılığa doğru aktarmaya başlamışlardır. Bu faaliyetler sadece ürün ve hizmet çeşitliliği sunma bazında olmakla kalmamış, geleneksel yolların yanı sıra sanal ortamlarda pazarlama, halkla ilişkiler ve reklamcılık faaliyetleri olarak da kendini göstermeye başlamıştır. Kısaca internet ortamında bankalar kendi kurumsal sitelerinin dışında faaliyetlerini kitle iletişimine aracılık eden, sosyal medya siteleri aracılığıyla da gerçekleştirmeye başlamışlardır (Korkmaz ve Korkmaz, 2016).

Bankalar toplumun her kesimiyle bir şekilde ilişki halinde olan kurumlardır. Sosyal medya ise geniş kitlelere ulaşma imkânı sunarak bankaların; müşterilerini dinlemek, anlamak ve izlemek için kullandıkları önemli bir mecra haline gelmiştir. Sosyal medya, esnek yapısı ve düşük bütçesiyle bankalara, hedef müşterilere ulaşma şansı tanımaktadır (Öztürk ve Güven, 2014: 78- 80).

4.1. Facebook ve Bankaların Facebook Kullanımı

Facebook sayfaları, kişi veya kuruluşlara, hayranları veya müşterileriyle iletişime geçerek, etkileşim kurma imkânı sağlayan alanlardır. Kullanıcı bu sayfaları beğendiği takdirde, “takipçisi” olmakta, sayfanın yaptığı paylaşımları kendi haber kaynağında sürekli olarak takip edebilmektedir (Levy, 2010). Bu anlamda, yapılan araştırmalara göre Facebook, kişisel bilgi paylaşımı ve sosyal etkileşimi destekleyen yapısıyla bir adım öne çıkmaktadır (Kampf, Manor ve Segev, 2015). Bu kapsamda aktif büyüklük açısından Türkiye’de ilk 10 banka listesinde yer alan bankaların Facebook sayfaları, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş ve katılma tarihleri, takipçi sayıları, gönderi sayıları ve beğeni sayıları açısından incelenmiştir.

Tablo 1. Bankaların Facebook Kullanımı

Facebook	Katılma Tarihi	Takipçi	Gönderi (Son üç ay)	Gönderi Ortalaması (haftalık)	Beğeni	Beğeni ortalaması
Ziraat Bankası	Eylül 2012	2.296.029	42	3.5	25.943	617
Vakıf Bank	Şubat 2011	270.569	81	6.7	7.565	93
İş Bankası	Nisan 2011	633.498	26	2.1	15.386	609
Halk Bank	Mayıs 2011	598.891	56	4.6	6.679	119
Garanti Bankası	Ocak 2008	1.715.437	35	2.9	7.533	215
Yapı Kredi	Mayıs 2011	1.310.729	44	3.6	5.031	114
Akbank	Haziran 2010	1.381.289	35	2.9	3.364	96
QNB	Haziran 2010	357.768	43	3.6	2.305	53
Deniz Bank	Mayıs 2010	892.374	25	2.1	1.668	66
TEB	Şubat 2008	765.808	21	1.7	525	25

Kaynak: Bankaların Resmi Siteleri ve Kurumsal Facebook Sayfaları

Erişim tarihi: 15.03.2023- 20.03.2023

Sosyal medya yönetiminde üç anahtar madde bulunmaktadır. Bunlar etkileşim, değer ve pazarlamadır (Altındal, 2013:1087). Bankaların bu noktada sosyal medya hesaplarını etkileşim amacıyla yoğun olarak kullandıklarını görebilmekteyiz. Etkileşim ve iletişimi sağlama adına kurumsal gönderiler değerlidir. Sosyal medyada insanlarla etkileşime geçmek, potansiyel müşteri sayılabilecek insanlara marka hakkında bilgiler vermek ve gelen sorulara cevap vermek etkileşim olarak kabul edilmektedir. Sadece ürün tanıtımı veya ürün satmaya yönelik olarak sosyal medya kullanımı başarılı bir sosyal medya etkileşimi değildir(Altındal, 2013:1087).

Bankalar sosyal medya pazarlaması kapsamında facebook platformunu aktif olarak kullanmaktadırlar. Takipçi sayılarına bakıldığında Ziraat Bankası, 2 milyonun üzerinde takipçiye sahiptir. Yine Garanti Bankası, Yapı Kredi ve Akbank 1 milyonun üzerinde takipçi sayılarına ulaşmıştır. Ancak tek başına takipçi sayılarına bakmak yanıltıcı olabilir. Takipçi sayılarının yanında gönderi sayıları ve bu gönderilere yapılan beğeni sayıları da önem arz etmektedir. Takipçi sayısının çok olması, sosyal medya pazarlaması için arzu edilen etkileşimi net

olarak göstermez. Etkileşimi ifade eden gönderilere yapılan takipçi beğenileridir. Bu açıdan beğeni ortalamaları, etkileşimi daha doğru göstermesi açısından dikkate alınmalıdır. Bu kapsamda takipçi sayısında 6.sırada bulunan İş Bankasının gönderi beğenim ortalaması 2. sıradadır. Yani diğer bankalara göre daha az takipçiye sahip olsa bile, gönderilerin yarattığı etkileşim daha fazladır. Mesela takipçi sayısında 2. Sırada yer alan Garanti Bankasının beğeni etkileşimi İş Bankasına nazaran 3 kat daha düşüktür.

4.2. Instagram ve Bankaların Instagram Kullanımı

Instagram'ın gittikçe popüler hale gelmesi ve sosyal mecralardaki pazarlama uygulamalarında infografik ve görsel kullanımının artmasıyla beraber markalar Instagram'a ilgi göstermeye başlamıştır. İnsanların gördükleri objeleri daha geç unuttukları yapılan araştırmalar ile kanıtlanmış ve markalar sosyal ağlarında yazı ağırlıklı gönderilerden vazgeçip görsel ağırlıklı gönderilere ağırlık vermeye başlamıştır. Bu açıdan bakıldığında görsel öğelerle ürün ve hizmetlerin pazarlanmasında büyük avantajı olan Instagram, yaratıcı şekilde kullanıldığında, özel kampanyalarla desteklendiğinde, markanın diğer sosyal medya hesaplarıyla birlikte çok kanallı bir iletişim çalışması yürütüldüğünde markalar için büyük potansiyele sahip bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır (Kale, 2016:122).

Tablo 2. Bankaların Instagram Kullanımı

Instagram	Katılma Tarihi	Takipçi	Gönderi (Son üç ay)	Gönderi Ortalaması (haftalık)	Beğeni	Beğeni ortalaması
Ziraat Bankası	Ağustos 2014	237.000	43	3.5	90.762	2110
Vakıf Bank	Kasım 2012	64.500	79	6.5	35.292	446
İş Bankası	Eylül 2011	145.000	32	2.6	109.295	3415
Halk Bank	Ekim 2012	90.600	62	5.1	43.519	701
Garanti Bankası	Aralık 2011	145.000	32	2.6	42.154	1317
Yapı Kredi	Temmuz 2012	115.000	46	3.8	23.912	519
Akbank	Kasım 2012	109.000	36	3	25.107	697
QNB	Ağustos 2013	54.200	44	3.6	21.756	494
Deniz Bank	Mart 2013	56.000	29	2.4	22.879	788
TEB	Kasım 2012	30.300	25	2	7.497	299

Kaynak: Bankaların Resmi Siteleri ve Kurumsal Instagram Sayfaları

Erişim tarihi: 20.03.2023

Bankaların Facebook'ta olduğu gibi Instagram platformunda da aktif olarak yer aldıkları görülmektedir. Türkiye'de aktif büyüklük sıralamasında ilk 10'da yer alan bankaların 2011-2014 yılları arasında Instagram kullanımına başladıkları görülmektedir. Takipçi sayısı açısından Ziraat Bankası ve Garanti Bankası yine en fazla takipçiye sahip olan ilk iki bankadır. Facebooktan farklı olarak İş Bankası takipçi sayısında Garanti Bankasıyla birlikte 2. sırayı paylaşmaktadır. Gönderilerin sayısı ve bu gönderilerin aldığı beğeni ortalaması sıralamada bir takım değişik sonuçları göstermektedir. Facebook takipçi sayısında gerilerde olmasına rağmen beğeni sayısında 2. sırada yer alan İş Bankası, Instagram beğenilerinde 1. sırada yer almaktadır. "Daha çok takipçi mi yoksa daha fazla etkileşim mi" sorusunun cevabı henüz net olarak bilinmese de, verimlilik ve gönderilerin etkinliği bakımından takipçi sayısından ziyade gönderilerin hedef kitle ile yarattığı etkileşimin daha faydalı olduğu düşünülmektedir. Tabloda yer alan veriler, daha çok genç nüfusun yoğun olarak kullandığı Instagram uygulamasına, bankaların kayıtsız kalmadığını, haftalık 2 ila 6.5 arasında değişen bir gönderi oluşturduklarını ve bu sayede tüketicilerle standart düzeyde bir etkileşim yarattıklarını göstermektedir.

4.3. Twitter ve Bankaların Twitter Kullanımı

Twitter, kullanıcıların online ortamdaki hareketlerini arttırmak için markanın resmî web sitesine yönlendirmek, böylelikle marka mesajlarını etkin bir şekilde yaymak ve hedef kitlesindeki kanaat lideri hesaplarıyla etkileşimi kolaylaştırmak gibi işlemlere sahiptir. Diğer yandan, tüketicilerin markalarla ilgili talep ve şikayetlerine hızla ulaşma yeteneği, Twitterı kullanıcılar için ideal bir iletişim ve etkileşim platformu haline getirmiştir. Böylece marka iletişimine tüketici katılımının artmasıyla, markaların özelleştirilmiş ve kişiselleştirilmiş marka iletişimi yürütmesi mümkün hale gelmiştir (Uluçay, Zararsız ve AYTEKİN, 2021). Twitter kullanıcı profiline diğer platformlardan farklılaştığını söylemek mümkündür. Daha çok gelişen anlık ve hızlı etkileşime olanak sağlayan Twitter, bir taraftan da şirketler için etkili bir pazarlama aracıdır. Hızlı haberleşmenin sağlanabildiği twitter, kendini, misyonunu, vizyonunu, kampanyasını, hedefini ve sorumluluklarını paylaşmak isteyen işletmelerin kullandığı bir platformdur.

Tablo 3. Bankaların Twitter Kullanımı

Twitter	Katılma Tarihi	Takipçi	Gönderi (Son üç ay)	Gönderi Ortalaması (haftalık)	Beğeni	Beğeni ortalaması
Ziraat Bankası	Kasım 2012	458.600	43	3.5	11.328	263
Vakıf Bank	Haziran 2012	134.600	82	6.8	7.218	88
İş Bankası	Temmuz 2009	245.100	36	3	98.597	2738
Halk Bank	Kasım 2010	221.600	62	5.1	13.454	217
Garanti Bankası	Nisan 2008	284.500	7	0.5	3.304	472
Yapı Kredi	Temmuz 2011	218.900	54	4.5	28.700	531
Akbank	Ağustos 2010	192.600	38	3.1	3.979	104
QNB	Mart 2010	112.200	45	3.7	4.774	106
Deniz Bank	Ekim 2009	109.700	26	2.1	1.081	41
TEB	Mayıs 2009	77.700	27	2.2	558	20

Kaynak: Bankaların Resmi Siteleri ve Kurumsal Twitter Sayfaları
Erişim tarihi:10.03.2023-15.03.2023

Anlık haberleşme ve iletişim kurmada önemli bir araç olan twitter, bankalar tarafından diğer platformlar gibi aktif olarak kullanılmaktadır. Twitter iletmelerin etiketleme ve hastag gibi fonksiyonları ile kurumsal iletişimi işletmeden bağımsız bir şekilde sürdürmesine de olanak tanıyan çevrim içi bir uygulamadır. Bankaların twitter kullanımı ile ilgili tablo incelendiğinde, takipçi sayısı bakımından Ziraat Bankasının yine ilk sırada olduğu görülmektedir. Bu noktada İş Bankasına ayrı bir parantez açmak gerekir. Çünkü İş Bankası, Facebook ve Instagramda olduğu gibi Twiterda da beğeni ortalaması en yüksek bankalar arasındadır. Takipçi sayısı Ziraat Bankası ve Garanti Bankasına kıyasla da az olmasına rağmen her iki bankadan çok daha fazla beğeni alarak yüksek bir etkileşim yarattığı görülmektedir.

4.4. Youtube ve Bankaların Youtube Kullanımı

YouTube, 2005 yılında kurulmuş ve günümüzde dünyanın en popüler video sitesi haline gelmiştir. İnsanların dünya genelinde video içeriğiyle etkileşime girmesi için bir forum sağlayan YouTube, içerik oluşturucuları için bir dağıtım görevi üstlenmektedir (Davidson vd., 2010: 293). Videolar, müşterilerle bağlantı kurmanın ve izleyen herkesin ilgisinin yanı sıra tüketicilerin meraklarını çekebilmenin en etkili yoludur. Bu bakımdan YouTube, en popüler video akış hizmeti ve dünyanın en sık kullanılan ikinci arama motoru olarak kurumların genel tanıtım ve pazarlama stratejilerinin güçlü bir parçası olma yolunda hızla ilerlemektedir (Ergün, 2022:6). Youtube, reklam ve pazarlama birimleri gibi birimlerin de dikkatini çekerek reklam alanına yeni soluk kazandırmıştır. Youtube'da içerik oluşturan kişilerin profilleri, takipçiler üzerinde güven yaratarak satın alma üzerinde başarılı bir pazarlama türü haline gelmiştir (Alişarlı ve Eken: 164).

Tablo 3. Bankaların Youtube Kullanımı

Youtube	Katılma Tarihi	Takipçi	Gönderi	Beğeni
Ziraat Bankası	Ekim 2012	21.800	4	434
Vakıf Bank	Mart 2012	18.200	11	198
İş Bankası	Kasım 2009	45.500	11	552
Halk Bank	Temmuz 2016	16.500	15	147
Garanti Bankası	Temmuz 2006	155.000	11	270
Yapı Kredi	Kasım 2011	81.000	13	255
Akbank	Mayıs 2006	129.000	43	598
QNB	Ağustos 2006	59.900	52	277
Deniz Bank	Ekim 2006	15.100	9	585
TEB	Ocak 2006	13.900	18	-

Kaynak: Bankaların Resmi Siteleri ve Kurumsal Youtube Sayfaları
Erişim tarihi:10.03.2023-15.03.2023

Bankaların temelde bir video paylaşım sitesi olan Youtube'a ilgisi araştırma kapsamında incelenen diğer platformlara nazaran farklılıklar arz etmektedir. Takipçi sayısında diğer üç platformda ilk sırada yer alan Ziraat Bankası, Youtube platformunda 6. sıradadır. Gönderi sayısı açısından ise son sıradadır. Akbank, QNB Finansbank ve Denizbank Youtube platformunda diğer bankalara nazaran daha aktiftir.

5. SONUÇ

Çalışma ile bankaların dijital pazarlama kanallarından birisi olan sosyal medya kullanımı (takipçi sayıları, gönderi ve beğeni ortalaması etkileşimsel sosyal medya özelliklerini kullanma vb.) incelenmiştir. Türkiye’de aktif büyüklük sıralamasına göre ilk 10 sırada yer alan bankalar inceleme kapsamına alınmıştır

Gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda dört farklı platform kapsamında bankaların standart bir uygulamalarının bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Genellikle Facebook ve Instagram kullanımı benzerlik gösterse de Twiter ve Youtube kullanımlarında farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir.

Ziraat Bankası, youtube hariç diğer üç platformda en yüksek takipçi sayısına sahip banka olarak dikkat çekmektedir. İş Bankasının takipçi sayısı diğerlerine kıyasla az olmasına rağmen, gönderileri en yüksek beğeni alan banka durumundadır. Devlet bankaları arasında tablolarla yer alan kriterler açısından Vakıfabank’ın en düşük düzeyde sosyal medya kullanımına sahip olduğu görülmektedir. Video içerik paylaşım sitesi olan Youtube ise diğer üç uygulamadan belirgin olarak farklılaşmaktadır. Takipçi sayısı bakımından Ziraat Bankası ve beğeni ortalaması bakımından İş Bankası, Youtube platformunda beğeni ve takipçi sayısı açısından gerilerde yer almaktadır. Bu platformda Akbank, Garanti Bankası, QNB Finansbank ve Deniz Bank daha ön planda yer almaktadır.

Genel olarak tüm platformlarda gönderilerin takipçiler arasında yarattığı etkileşim bakımından bazı özel hususların vurgulanması gerekmektedir. Özel günler (sevgililer günü, yılbaşı, dünya kadınlar günü vs.), çevreci faaliyet girişimleri, sosyal sorumluluk projeleri, doğal afet vb. toplumsal konularda toplumsal mesajlar ve bu durumlarda bankaca gerçekleştirilen maddi bağış ve destek gönderileri paylaşımları, sanatlar faaliyetler, insan kaynakları ilanları ve banka tarafından kullanılmaya başlanan yeni bir uygulama veya teknolojik yenilik gönderilerinin daha fazla beğeni aldığını söylemek mümkündür.

Sosyal medya pazarlamasından yararlanan işletmeler, takipçi artırmaya yönelik hedeflemeler yapmaktadır. Bu durum gayet doğal olmakla birlikte, işletmeler tarafından etkileşimin göz ardı edilmesine yol açabilecek bir handikap oluşturabilir. Çok fazla takipçinin olması, marka bilinirliğinin daha da fazla olduğunu gösteren bir unsur olarak düşünülse de, verimlilik, etkinlik ve sosyal medya performansı açısından tek başına yeterli bir unsur değildir. Sosyal medya hesaplarının aktifliğinin ve verimliliğinin artması için etkileşimin yüksek olması gerekmektedir. Etkileşim oranının yüksek olması, yüksek takipçi sayısından çok daha fazla önem taşımaktadır. Sosyal medya sayfasındaki beğenilerin, yorumların ve paylaşımların çok olması takipçilerin, yapılan paylaşımları daha

çok gördüğünü ve onlarla bir etkileşime girdiğini göstermektedir. Bu yüzden Ziraat Bankasının hem takipçi hem de beğeni açısından, İş Bankasının ise daha az takipçiye sahip olmasına rağmen daha fazla beğeni sahip olması bakımından diğer bankalara nazaran sosyal medya performansı ve etkinliğinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Alan, A. K., Kabadayı, E. T., ve Erişke, T. (2018). İletişimin Yeni Yüzü: Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Pazarlaması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(66), 493-504.
- Alışarlı, Ö. ve Eken, İ. (2018). Yeni Medyada Ürün Yerleştirme: Youtube'da Paylaşım Yapan Fenomenler Üzerinden Kampanya Süreci. İTÜY, 2018, Sempozyum, Kongre ve Konferans Bildiri Koleksiyonu.
- Altındal, M. (2013). Dijital Pazarlamada Marka Yönetimi ve Sosyal Medyanın Etkileri. *Akademik Bilişim Konferansı, Akdeniz Üniversitesi*, 23-25 Ocak 2013, Antalya.
- Barutçu, S., ve Tomaş, M., (2013), Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü, *Journal of Internet Applications & Management/İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 4 (1), 5-23.
- Bulunmaz, B. (2016). Gelişen Teknolojiyle Birlikte Değişen Pazarlama Yöntemleri ve Dijital Pazarlama. *TRT Akademi Dergisi*, 1(2), 348-365.
- Çelik, S. (2014). Sosyal Medyanın Pazarlama İletişimine Etkileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3).
- Davidson, J., Liebold, B., Liu, J., Nandy, P. & Vleet, T. (2010). The Youtube Video Recommendation System. Proceedings of the 2010 ACM Conference on Recommender Systems. September 26-30, Barcelona.
- Ergün, C. (2022). Üniversite Kütüphanelerinin Youtube Videolarının Tanıtım ve Pazarlama Yönünden Analizi. *Bilgi ve Belge Araştırmaları Dergisi*, (17), 1-31.
- Gedik, Y. (2020). Pazarlamada Yeni Bir Pencere: Dijital Pazarlama. *Journal of Business in the Digital Age*, 3(1), 63-75.
- Gökşin, E. (2017). Dijital Pazarlama Temelleri. İstanbul: Abaküs Yayınları.
- Kampf, R., Manor, I. ve Segev, E. (2015). Digital Diplomacy 2.0? A cross-national Comparison of Public Engagement in Facebook and Twitter. *The Hague Journal of Diplomacy*. 10(4), 331-362.
- Kırcova, İ., ve Enginkaya, E. (2015). Sosyal Medya Pazarlama. İstanbul: Beta Yayınları.
- Korkmaz, S. S., ve Korkmaz, Ö. F. (2016). Sosyal Medya ve Türk Bankacılık Sektörünün Sosyal Medya Kullanımı. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(3), 58-84.
- Levy, Justin. R. (2010). Facebook Marketing: Designing Your Next Marketing Campaign, Pearson Education, Indianapolis, 2010.

- Mert, Y. L. (2018). Dijital Pazarlama Ekseninde Influencer Marketing Uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1299-1328.
- Öymen K., G. (2016). Marka İletişiminde Instagram Kullanımı. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC* April, Volume 6 Issue 2.
- Öztürk, A. ve Güven, Ö. F. (2014). Importance of Social Media as Communication Channel in Bank Marketing. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 3 (3), 76-81
- Uluçay, D. M., Zararsız, G., ve AYTEKİN, U. C. (2021). Bir Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Talebe Yönelik Video (Video On Demand) Platformlarının Twitter Kullanımı: Netflix Türkiye'nin Covid-19 Öncesi ve Sonrası Kullanımları Özelinde Bir İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 691-706.

İnternet Kaynakçası

<https://www.drdatastats.com/dunya-geneli-dijital-reklam-harcamaları/> E. Tarihi: 10.03.2023

32. Bölüm

Muhasebe Meslek Mensuplarının Meslek Etiği Algısı: Kırklareli İlinde Bir Uygulama

Saime DOĞAN¹
Aysun ATAGAN ÇETİN²

1 Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, saimedogan@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2638-9694

2 Dr. Öğr. Üyesi, Trakya Üniversitesi, aatagancetin@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7588-1322

Giriş

Muhasebe mesleğinin yapısı gereği taşıdığı önem sebebiyle, mesleği icra eden meslek mensuplarının, sahip olduğu mesleki bilgi ve tecrübe yanında meslek etiği açısından da birtakım niteliklere sahip olmaları gerekmektedir. Özellikle 90'lı yılların sonlarında yaşanan muhasebe skandallarıyla meslek etiği daha fazla önem kazanmıştır. Skandallar sonrasında etik konusu da dahil olmak üzere yapılan yasal düzenlemelerle mesleğin etik yönü güçlendirilmeye çalışılmıştır.

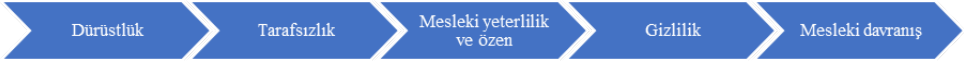
Muhasebe mesleği son otuz yılda küresel olarak bir imaj ve itibar krizinden geçmiştir. Globalleşme; global muhasebe standartlarının oluşturulmasında, sertifikasyon ve etik konularında muhasebe mesleğine birçok zorluk getirmiştir. Bunun dışında, Avrupa ve Amerika'daki global işletmelerde ortaya çıkan skandalların (Stanford Int. Bank, Satyam Computer Services, WorldCom, Parmalatas gibi) yanı sıra yerel işletmelerde ortaya çıkan skandallar da muhasebe mesleğinin dürüstlüğü, mesleki tutum ve mesleğin kamuoyuna karşı sorumluluğu açısından olumsuz bir algı oluşturmuştur (Mbawuni, J. 2015).

Muhasebe mesleği, toplum ve işletmeler açısından stratejik düzeyde önemli olduğundan ahlaki değerlere dayalı ilke ve kurallara sahip olmalıdır (Yel, 2018, s.167). Nitekim; etik yoksunluğunun yaşandığı işletmelerde varlıkların kötüye kullanılması, hileli finansal raporlamaların yapılması ve nihayetinde şirket iflasları gibi olumsuz birtakım sonuçlar ortaya çıkabilmektedir (Vargün ve Büyükyılmaz, 2019, s. 1092).

Çok sayıdaki araştırma sonucuna göre, yaşanan muhasebe skandallarının nedenleri arasında; şeffaflığın yetersiz olması, çalışanlarda görülen parasal güdülerdeki artış, bozuk örgüt kültürü gibi etik dışı davranışlara neden olan etmenlerin olduğu görülmüştür (Ayvaz ve Geçkil, 2018, s. 19).

Mükellef ile vergi dairesi arasında köprü görevi üstlenen muhasebe meslek mensubu, verginin toplanması, işletme yönetimine bilgi aktarılması ve kayıt dışılığın önlenmesi gibi çeşitli alanlarda önemli rol üstlenmektedirler. Bu anlamda meslek mensuplarının topluma karşı sorumlulukları diğer mesleklere kıyasla daha fazladır (Bilen ve Yılmaz, 2014, s. 59).

Maliye Bakanlığı Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği 1'de muhasebenin temel kavramlarından sosyal sorumluluk, muhasebeye ilişkin süreçlerin yönetilmesinde, mali tabloların hazırlanması ve sunumunda bilinen kişi ve gruplardan ziyade toplumun çıkarlarını üstte tutmayı; gerçeğe uygun, tarafsız ve dürüst davranmayı gerekli kılmaktadır. Meslek etiği de sosyal sorumluluk kavramının gerektirdiği bu ilkeleri temel almıştır. Bu bağlamda; uluslararası düzeyde IFAC, ulusal düzeyde ise TÜRMOB gibi otorite kuruluşların yapmış olduğu düzenlemeler çerçevesinde muhasebe mesleğine yön veren etik temel prensipler Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1: Muhasebe Meslek Etiği İlkeleri

Kaynak: Vargun ve Büyükyılmaz (2019, s. 1093)

Muhasebeciler; hissedarlar, alacaklılar, çalışanlar, tedarikçiler, hükümet, muhasebe mesleğinin kendisi ve genel anlamda tüm kamuoyuna karşı sorumludurlar. Bu nedenle meslek mensuplarının etik davranışları oldukça önemlidir ve kendilerinden beklenen bir davranıştır. Dolayısıyla, muhasebe meslek mensubu ahlaki seçimlerinin sonuçlarından sadece kendisi açısından değil diğer bireyler açısından da sorumludur (Oraka, Okegbe, 2015, s. 64).

Muhasebe meslek etiğini konu edinen bu çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının meslek etiğine bakış açılarının tespit edilmesi ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Kırklareli SMMM Odasına bağlı meslek mensuplarına yönelik bir anket çalışması yapılmıştır. Çalışma yedi bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünü takiben, etik kavramı ve muhasebe meslek etiği hakkında bilgi verilmiş, literatür taraması yapılmış, araştırmanın yöntemi anlatılarak, araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama yöntemi, kullanılan ölçek, araştırmanın modeli ve hipotezlere yer verilmiştir. Ardından çalışmanın bulguları sunulduktan sonra tartışma bölümünde bu bulgular tartışılmış ve sonuç bölümü ile çalışma hakkında genel bir değerlendirme yapılarak öneriler sunulmuştur.

Etik Kavramı ve Muhasebe Meslek Etiği

Yunancada belirli bir kişi veya grubun ahlaki niteliklerini tanımlayan “ethos” kelimesinden türeyen etik, ahlak bilimidir. Uygulamalı etik, bireylerin günlük hayatlarında karşılaştıkları ahlaki zorluk, ikilem ve problemlerin çözümü için ahlak biliminden yararlanır ve bireylere etik karar verme süreçlerinde rehberlik edecek araçları geliştirir (Baud ve diğerleri, 2019, s. 373).

Etik, insan davranışlarına temel oluşturan ahlak ilkelerinin tümü olarak tanımlanabilir. Diğer bir ifadeyle etik, insanlara işlerin ne şekilde yapılması gerektiği konusunda yol gösteren ilkeler, değerler ve standartlardır. Aynı zamanda felsefik bir süreç olan etik, karar alma ve uygulama aşamalarında standart ilke ve kurallara bağlı olunmasını gerektirmektedir (Aktaş, 2014, s. 23).

Türk Dil Kurumunda “çeşitli meslek dalları arasında tarafların uyması ve kaçınması gereken davranışlar” olarak da tanımlanan etik kavramını meslek dallarıyla ilişkilendirdiğimizde meslek etiği kavramı ortaya çıkmaktadır. Uygulamalı etiğin bir dalı olan meslek etiği, belirli bir meslek bağlamında

bireylerin davranış ve karar verme süreçlerini yönetmesi gereken değerler ve yol gösterici ilkelerle ilgilidir (Baud ve diğerleri, 2019, s. 373).

Meslek etiği, belirli bir meslek grubu tarafından mesleğe has bir şekilde oluşturulan, meslek üyelerinin davranışlarına yön veren, kişisel yönelimlerini sınırlayan, mesleki açıdan yetersiz olanları meslekten alıkoyan, meslekteki rekabet kurallarını düzenleyen ve mesleki hizmet ideallerini korumayı hedefleyen ilkeler toplamıdır (Ekerkil, 2018, s. 624).

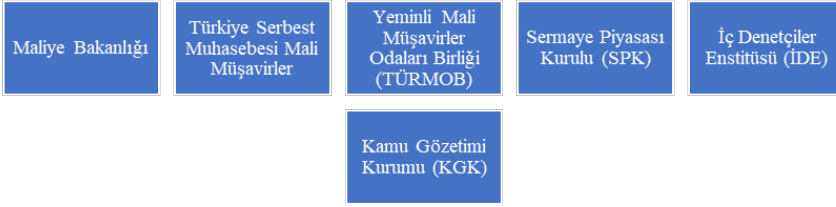
Meslek etiği toplumun çıkarları düşünülerek oluşturulmuş mesleki davranış kurallarıdır. İnsan ilişkilerine dayanarak oluşturulmuş olan bu kurallar, meslek mensuplarının birbirleriyle ve üçüncü kişilerle olan ilişkilerini düzenlemektedir. Dolayısıyla meslek etiği, bireylerin mesleki faaliyetlerini yürütürken ortaya çıkabilecek çatışmaları önleyen ve uyum içerisinde çalışmalarına sağlayan davranış biçimlerini tanımlayan kurallar olarak da tanımlanabilir (Çil Koçyiğit ve diğerleri, 2017, s.179).

Diğer mesleklerde olduğu gibi muhasebe mesleğinde de meslek etiği kavramı oldukça önemlidir. Çünkü işletmeler muhasebe bilgi sistemi aracılığıyla mali nitelikteki işlemleri kaydetmekte, sınıflandırmakta, özetlemekte ve mali tablolar şeklinde finansal bilgi kullanıcılarına iletmektedirler. Meslek etiği kavramı da doğru ve güvenilir finansal bilginin sunulması aşamasında önem kazanmaktadır (Özkan ve Hacıhasanoğlu, 2012, s. 38-39).

Muhasebe mesleğinde de diğer mesleklerde olduğu gibi gerek hukuki olarak yasalaştırılmış gerekse de mesleki örgütler tarafından yazılı olarak düzenlenmiş mesleki etik kurallar vardır. Toplum nezdinde mesleğe yönelik güvenin oluşturulması ve mesleğin itibarının artırılması, öncelikle meslek mensuplarının etik değerlere sahip olmaları ile sağlanabilir (Sakarya ve Kara, 2012, s. 58).

Muhasebe meslek etiğine ilişkin olarak gerek ulusal gerekse de uluslararası düzeyde çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC) 1998 yılında çıkardığı “Muhasebe Mesleği İçin Meslek Ahlak Yasası” ve Amerikan Sertifikalı Serbest Muhasebeciler Birliği (AICPA) 1966 yılında çıkardığı “Mesleki Davranış Yasası” ile meslek etiğine yön veren uluslararası öncü kuruluşlardır.

Türkiye’de etik ile ilgili düzenlemeler aşağıdaki kuruluşlar tarafından sağlanmaktadır (Şekil 1).



Şekil 2: Etik Alanında Düzenleme Yapan Kurumlar

Mali Müşavirler Odaları (Serbest Muhasebesi Mali Müşavir Odaları ve Yeminli Mali Müşavir Odaları) üst kuruluşu olan ve meslekle ilgili düzenlemeleri yapmaya, ilke ve standartları belirlemeye yetkili olan TÜRMOB tarafından meslek etiğine yönelik olarak yapılmış olan ilk düzenleme 18 Ekim 2001 Tarihli ve 24557 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan “*Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Meslek Ahlak Kuralları ile İlgili Mecburi Meslek Kararı*”dır.

Diğer bir düzenleme ise 3568.sayılı. Serbest. Muhasebeci. Mali.Müşavirlik.ve.Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu kapsamında 19.10.2007 tarihinde ve 26675.sayılı.Resmî.Gazete’de.yayımlanan “*Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirlerin Mesleki Faaliyetlerinde Uyacakları Etik İlkeler Hakkında Yönetmelik*”tir. İlgili Yönetmeliğin 1. maddesinde bütün meslek mensupları tarafından uyulması zorunlu olan temel etik ilkeler Şekil 2’deki gibidir.

Dürüstlük

- Meslek mensuplarının tüm meslekî ve iş ilişkilerinde doğru sözlü ve dürüst davranmalarıdır.

Tarafsızlık

- Yanlı veya önyargılı davranarak; üçüncü kişilerin haksız ve uygunsuz biçimde yaptıkları baskıların meslek mensuplarının meslekî kararlarını etkilememesi veya engellemesidir.

Meslekî Yeterlilik ve Özen

- Meslek mensubunun meslekî faaliyetlerini yerine getirirken teknik ve meslekî standartlara uygun olarak, özen ve gayret içinde davranmasıdır.

Gizlilik

- Meslek mensubunun meslekî ilişkileri sonucunda elde ettiği bilgileri açıklamaması gerektirecek bir hak veya görevi olmadıkça üçüncü kişi veya gruplara açıklamaması ve bu bilgilerin meslek mensubunun veya üçüncü kişilerin çıkarları için kullanılmamasıdır.

Meslekî Davranış

- Meslek mensubunun mevcut yasa ve yönetmeliklere uymasını ve mesleğin itibarını zedeleyecek her türlü davranıştan kaçınmasıdır.

Şekil 3: Meslek Mensuplarının Uyması Gereken Temel Etik İlkeler

Bu doğrultuda; etik ilkelere sahip olan meslek mensubunun mesleğini icra ederken dürüst, bağımsız ve tarafsız hareket etmesi, sır saklaması, mesleki titizlik ve özen doğrultusunda, yasalara uygun olarak faaliyette bulunması beklenmektedir.

Meslek etiğine ilişkin uygulamaya konan diğer bir düzenleme ise TÜRMOB tarafından hazırlanarak 27.03.2014 tarih ve 28954 Sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan “*Muhasebe Meslek Mensuplarının Etik Eğitimi ve Etik Sözleşme Yapılması Hakkında Tebliğ*”dir.

Bağımsız denetim alanını denetlemekle yetkili olan Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KKGK) tarafından hazırlanarak 21.05.2015 tarih ve 29362 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan “*Bağımsız Denetçiler İçin Etik Kurallar Standardı*” bağımsız denetçilere yönelik etik ilkeleri düzenlemiştir. Bu standart 2017 yılında revize edilerek 30.10.2017 tarihli 30256 sayılı Resmî Gazete yeniden yayımlanmıştır. Böylece, serbest muhasebeci mali müşavirler ile yeminli mali müşavirler için TÜRMOB tarafından hazırlanan etik yönetmeliğine, denetçiler için ise KKGK tarafından hazırlanan etik standartlara uyma zorunluluğu getirilmiştir (Sönmez ve Altınışık, 2021, s. 86).

Literatür Taraması

Çalışmanın literatür taraması için içerik analizi yapılmış; öncelikle İngilizce sonrasında Türkçe çalışmalar analiz edilmiştir. Bu amaçla; Google Akademik veri tabanındaki arama kutucuğuna “Accountants’ ethical perceptions” yazılmış ve konu ile ilgili 10 çalışma analiz edilmiştir. Çalışmalar kronolojik olarak artan şekilde özetlenmiştir. Çalışmaların atıf sayısı belirlenirken Google Akademik veri tabanında çalışmanın adı yazıldıktan sonra çıkan “Alıntılanma Sayısı” dikkate alınmıştır.

Literatürde Yer Alan İngilizce Çalışmalar

Çalışmalar incelendiğinde muhasebecilerin etik algısı üzerine çalışmaların özellikle 2001 yılı sonrasında yapıldığı, istatistiksel analizlerin yoğunlukta olduğu, atıf sayıların ise tatmin edici seviyede olduğu görülmektedir. Çalışmaların özeti aşağıda verilmiştir.

Finn ve diğerleri

(1994)

"Ethical Perceptions of CPAs"

24 atıf alan bu çalışmada yazarlar, Amerikan Sertifikalı Kamu Muhasebecileri Enstitüsü (AICPA) üyelerinin etik davranışla ilgili algılarını incelemişlerdir. Çalışma sonucunda Sertifikalı Kamu Muhasebecileri (CPA) arasında etik davranışla ilgili bir kutuplaşma görülmüştür. Bir kısmı, muhasebecilerin genel olarak etik bir şekilde hareket ettiğine inanmaktadır. Bir kısmı ise etik olmayan

davranışların son yıllarda arttığına düşünmektedir. Ayrıca, bazıları arasında da Sertifikalı Kamu Muhasebecilerinin, firma ortaklarının etik olmayan davranışlarına göz yumduğuna dair bir inanç bulunmaktadır.

D'Aquila

(2001)

"Financial Accountants' Perceptions of Management's Ethical Standards"

55 atıf alan bu çalışmada yazar, mali müşavirlerin yönetimin etik standartlarına ilişkin algılarını belirlemeye çalışmıştır. Bu amaçla; 400 mali müşavire gönderilen bir anket uygulaması yapılmıştır. Anket uygulaması sonucunda; mali müşavirler genellikle yönetimin davranışını etik olarak algıladıklarını ve yönetimin kendilerinden etik davranmalarını beklediğini belirtmişlerdir. Katılımcılar ayrıca, yönetimin etik davranış açısından kendilerinden beklentileri hakkında olduğundan daha olumlu tutumlara sahip olduklarını ve kısa vadeli performans hedeflerine ulaşmak için en azından bir miktar baskının olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmanın diğer bir sonucu; yönetim seviyesi, endüstri, bir organizasyonun büyüklüğü ve cinsiyetin çalışan algılarıyla ilişkili olduğudur.

Jackling ve diğerleri

(2007)

"Professional Accounting Bodies' Perceptions of Ethical Issues, Causes of Ethical Failure and Ethics Education"

238 atıf alan bu çalışmada yazarlar, dünya çapında 66 profesyonel muhasebe kuruluşunun etik sorunlar, etik başarısızlığın potansiyel nedenleri ve etik eğitim ihtiyacına ilişkin algılarını çevrimiçi bir anket aracılığıyla değerlendirmişlerdir. Araştırma sonucunda; muhasebe meslek kuruluşları tarafından etik eğitiminin güçlü bir şekilde desteklendiğini tespit edilmiştir.

Venezia ve diğerleri

(2010)

"A Comparative Study of Ethical Work Climates Among Public and Private Sector Asian Accountants"

37 atıf alan bu çalışmada yazarlar, kamu ve özel sektör muhasebecileri arasında etik davranış açısından anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemeyi amaçlamışlardır. Uygulanan anket analizi sonucunda; etiğe ilişkin yedi boyut tespit edilmiştir. Bunlar; kurallar, önem verme, kişisel çıkar, sosyal sorumluluk, verimlilik, araçsallık ve kişisel ahlak. Kamu sektöründe kurallar/kodlar, önemseme, kişisel çıkarlar, sosyal sorumluluk ve araçsallık konularında daha yüksek bir algı gösterilirken, özel sektörde verimlilik ve kişisel ahlak daha yüksek algılanmıştır.

Pierce ve Sweeney

(2010)

"The Relationship between Demographic Variables and Ethical Decision Making of Trainee Accountants"

170 atıf alan bu çalışmada yazarlar, bir dizi demografik değişkenin (cinsiyet, firma büyüklüğü, derece türü, eğitim düzeyi, deneyim süresi, yaş ve çalışma alanı) etik niyetler, etik yargı, algılanan etik yoğunluk ve algılanan etik kültür üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Zaman baskısının neden olduğu dört tür işlevsiz denetçi davranışı hakkında bilgi içeren vakalar, İrlanda'daki Yeminli

Mali Müşavirler Enstitüsü'nün bir mesleki eğitim programına devam eden stajyer muhasebecilere dağıtılmıştır. Araştırma sonucu; cinsiyet, firma büyüklüğü ve derece türünün etik karar verme ile anlamlı bir ilişkisi olduğunu göstermiştir. Bu değişkenlerin aynı zamanda çalışma alanı gibi algılanan etik yoğunlukla da anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca; cinsiyet, firma büyüklüğü, eğitim düzeyi ve deneyim süresi, algılanan etik kültür ile anlamlı düzeyde ilişkili bulunmuştur.

Ghazali ve İsmail

(2013)

"The Influence of Personal Attributes and Organizational Ethics Position on Accountants' Judgments: Malaysian Scenario"

41 atıf alan bu çalışmada yazarlar, Malezyalı muhasebecilerin etik yargılarını etkileyen faktörler hakkındaki görüşlerini belirlemek amacıyla bir anket yapmışlardır. Analizden ortaya çıkan ana bulgular, daha yaşlı muhasebecilerin, daha yüksek etik ölçeğine sahip şirketlere bağlı muhasebecilerin ve mesleki davranış kurallarını anlayan muhasebecilerin şüpheli etik durumları yargılamada daha katı olmalarının beklendiğidir.

Costa ve diğerleri

(2016)

"Ethical Perceptions of Accounting Students in A Portuguese University: The Influence of Individual Factors and Personal Traits"

41 atıf alan bu çalışmada yazarlar, cinsiyet, yaş, iş deneyimi ve etikle ilgili alınan bir eğitimin, Portekiz muhasebe öğrencilerinin etik algılarını etkileyip etkilemediğini ampirik olarak incelemişlerdir. Çalışma sonucunda; cinsiyetin öğrencilerin inisiyatif/girişimcilik, itaat ve sorumluluğa atfettiği önem derecesini etkilediği; yaşın, öğrenciler tarafından bütünlüğe atfedilen önem derecesini etkiledi; iş deneyiminin, öğrencilerin itaate atfettikleri önemin derecesini etkilediği; etikle ilgili bir eğitime devam etmenin bağımsızlığa atfedilen önemin derecesini etkilediği tespit edilmiştir. Bu faktörlerin her biri için, etkinin karar vermede istatistiksel olarak anlamlı olduğu kanıtlanmamıştır. Benzer şekilde, çalışma, öğrencilerin akranlarının sahip olabileceği tutumlarla ilgili bazı çekinceleri tespit etmiş ve bu konuda kendilerine sorulduğunda, meslektaşlarının daha düşük etik standartlara sahip olacağına inandıkları için olumsuz görüşlere sahip oldukları görülmüştür.

Odar ve diğerleri

(2017)

"Accountants' Ethical Perceptions from Several Perspectives: Evidence from Slovenia"

19 atıf alan bu çalışmada yazarlar, seçilmiş Sloven kuruluşlardaki muhasebecilerin etik açıdan hassas senaryolara yönelik etik algılarını araştırmıştır. Bu amaçla, iç muhasebeciler ile dış muhasebe hizmetleri sağlayıcısı olarak faaliyet gösteren şirketlerde çalışan muhasebeciler arasındaki etik algıları incelenmiştir. Dış muhasebe hizmetleri şirketleri, meslek tarafından özel olarak düzenlenmediğinden, bu şirketlerde çalışan muhasebecilerin etik açıdan hassas senaryolara karşı daha hoşgörülü oldukları varsayılmıştır. Ayrıca, mesleki sertifikaya sahip olan ve olmayanlar arasında etik algıların farklılaşmış

farklılaşmadığı da analiz edilmiştir. Nitekim; sertifikalı olanların etik açıdan hassas senaryolara karşı daha sert oldukları düşünülmektedir. Analizin amacına yönelik olarak 451 muhasebeciden oluşan geniş bir örneklem kitlesine anket uygulaması yapılmıştır. Tüm değişkenler istatistiksel olarak anlamlı sonuçlanmasa da sıralı olasılık regresyonunun sonuçları ilk iki hipotezi de desteklemektedir. Çalışma, düzenlemeye tabi olmayan muhasebe hizmetleri piyasasına sahip ülkelerdeki muhasebecilere yönelik etiğin henüz araştırılmamış olması açısından literatüre önemli katkı sağlamıştır.

Baud ve diğerleri

(2019)

"Accounting Ethics and the Fragmentation of Value Journal of Business Ethics"

23 atıf alan bu çalışmada yazarlar, Kanada'daki sertifikalı mali müşavirlerin etiğe ilişkin görüşlerini araştırmışlardır. Mesleğin tüm üyeler için birincil yayını olan CPA Magazine'de Ocak 2000'den Aralık 2017'ye kadar yayınlanan muhasebe etiği ile ilgili 237 makaleyi analiz ettikleri çalışma sonucunda; altı gerekçelendirme kategorisi tespit edilmiştir. Bunlar: özel taahhütler, fayda, mükemmeliyetçi amaçlar, genel görevler, özel yükümlülükler ve kişisel çıkarıdır.

Adekoya ve diğerleri

(2020)

"Accountants Perception of The Factors Influencing Auditors' Ethical Behaviour in Nigeria"

14 atıf alan bu çalışmada yazarlar, Nijerya'daki denetçilerin etik davranışlarını etkileyen kişisel faktörlere ilişkin muhasebecilerin algılarını incelemiştir. Çalışma kapsamında Nijerya Lagos Eyaletindeki 152 muhasebeciye anket çalışması uygulanmıştır. Araştırma sonucunda; yaşın, denetçilerin etik davranışlarını etkileyip etkilemediği konusunda önemli ölçüde farklı görüşler bulunurken; yaptırım korkusu, din, yetiştirme, vicdan, cinsiyet ve kişisel değerlerin denetçilerin etik davranışlarını etkilediği tespit edilmiştir.

Literatürde Yer Alan Türkçe Çalışmalar

Çalışmada konuya ilişkin güncel verilerin sağlanması için 2010 yılı sonrasında yapılan çalışmalar literatür kapsamına alınmıştır. Çalışmalarda atıf sayısının yıllar itibarıyla düştüğü, yöntem olarak ise genelde istatistiksel analiz tekniğinin kullanıldığı görülmektedir. Ulusal literatür incelemesinde Türkçe literatürün ayrıntılı analizi aşağıda verilmiştir.

Yalçın

(2011)

"Muhasebe Meslek Mensupları ve İşletmelerin Etik Konusunda Tutumları: Türkiye Araştırması"

64 atıf alan bu çalışmada yazar, bağımsız çalışan meslek mensupları ve bunlardan hizmet alan işletmelerin TÜRMOB etik yönetmeliğindeki etik ilkelerine yönelik tutumlarını araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, bu iki grup arasında TÜRMOB etik ilkelerine bakışları konusunda farklılık olsa da genelde katılım yönünde görüş belirtmişlerdir.

Çiçek, Canbaz ve Keskin

(2013)

"Muhasebe Meslek Mensuplarının Meslek Etiğine Bakış Açılı: Kırklareli İlinde Bir Araştırma"

33 atıf alan bu çalışmada yazarlar, Kırklareli'deki meslek mensuplarının muhasebe meslek etiğine yönelik görüşlerini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Araştırma sonucuna göre, meslek mensuplarını büyük çoğunluğu etik kuralların farkında olduklarını ve bunlara uyum gösterdiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların büyük bir çoğunluğu, etik ikilemler yaşadıklarını, bunlara neden olan faktörler olarak da kültürel çevreye ait değerleri, mükellefi kaçırma kaygısı ve dini inançları göstermişlerdir.

Erol Fidan ve Subaşı

(2014)

"Muhasebe Meslek Mensubu Adaylarının Etik Algıları: İstanbul İli Örneği"

51 atıf alan bu çalışmada yazarlar, stajyer meslek mensuplarının etik algılarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonuçlarına göre; meslek mensubu adaylarının büyük çoğunluğu mesleki etik kurallar hakkında hiç eğitim almadıklarını, eğitim alanlar ise mesleki kuruluşların yayınlarından veya stajları esnasında eğitim aldıklarını belirtmiştir. Adayların bir kısmı etik dışı davranışlar gözlemlediklerini; bu davranışların nedenleri olarak da müşteriye elde tutma ve daha çok kazanç isteği olduğunu belirtmişlerdir.

Yılmaz, Yıldırım ve Bahar

(2015)

"Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin Mesleki Etik Algısı: Samsun Örneği"

35 atıf alan bu çalışmada yazarlar, Samsun'da faaliyette bulunan muhasebe meslek mensuplarının TÜRMOB etik yönetmeliğindeki etik değerlere yönelik görüşlerini tespit etmek amacıyla bir anket uygulaması yapmışlardır. Çalışma sonucunda; kıdemli muhasebecilerin etik algısı olumlu olarak gözlemlenmiştir.

Sayım ve Usman

(2016)

"Muhasebe Meslek Mensuplarının Etik Algısı -Yalova Örneği"

13 atıf alan bu çalışmada yazarlar, Yalova'da faaliyette bulunan meslek mensuplarının meslek etiğine bakış açılarını ölçmeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda, genel olarak meslek mensuplarının önemli bir çoğunluğunun etiğin öneminin farkında olup, konuya ilişkin eğitim ve denetim faaliyetlerinin yoğunlaştırılması gerektiğini düşündükleri ifade edilmiştir.

Tuğay ve Kılıç

(2017)

"Muhasebe Meslek Mensuplarının Meslek Etiğine Yönelik Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması"

9 atıf alan bu çalışmada yazarlar, muhasebe meslek mensuplarının meslek etiği tutumlarını ölçmeye yönelik bir ölçek geliştirmeyi amaçlamışlardır. Antalya, Burdur ve Isparta'da faaliyette bulunan SM, SMMM ve YMM'lere uygulanan anket çalışmasının sonucunda, 13 madde ve genel etik algısı, gizlilik, mesleki davranış, mesleki yeterlilik ve özen, dürüstlük olmak üzere beş boyuttan oluşan bir ölçek geliştirilmiştir. Geliştirilen ölçeğe ilişkin yapılan analizler, ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermiştir.

Yel

(2018)

"Muhasebe Meslek Mensuplarının Meslek Etiği Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Bolu'da Bir Araştırma"

7 atıf alan bu çalışmada yazar, Bolu'da faaliyet gösteren meslek mensuplarının etiğe ilişkin görüşleri, etiğe uyumlu ve uyumsuz davranışlarına

neden olan faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre; mesleğin itibarı, caydırıcı unsurlar, müşteriye kaybetme ve vergiden kaçınmaya yönelik kaygılar gibi faktörler, unvana göre; caydırıcı unsurlar ile mali denetim unsurları, çalıştırdıkları eleman sayılarına göre; mali denetim faktörleri ise yaş aralıklarına göre farklı şekillerde değerlendirilmiştir.

Kılı, Türkoğlu ve Gülmez

(2018)

"Muhasebe Meslek Mensuplarının Etik Algısı: Malatya İlinde Bir Araştırma"

11 atıf alan bu çalışmada yazarlar, muhasebe meslek mensuplarının etik hakkındaki genel görüşleri ile etik dışı davranışların nedenleri ve çözüm önerilerine ilişkin görüşlerini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Malatya'da faaliyet gösteren meslek mensuplarına yönelik bir anket çalışması uygulamışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre; yüksek vergi oranları, devlet kurumlarındaki bürokrasinin yoğunluğu ve mesleğin hak ettiği itibarı görememesi meslek mensuplarınca etik dışı davranışların nedenleri olarak görülmüştür.

Vargün ve Büyükyılmaz

(2019)

"Muhasebe Meslek Mensuplarının Kişi-İş Uyumu ve Etik Tutum Algıları Arasındaki İlişki: Zonguldak, Bartın ve Karabük İllerinde Bir Araştırma"

4 atıf alan bu çalışmada yazarlar, meslek mensuplarının yapılan görev ve uyum algısının etik tutuma olan etkisini araştırmışlardır. Zonguldak, Bartın ve Karabük'te görev yapan SMMM Odasına kayıtlı meslek mensuplarına yönelik olarak uygulanan anket çalışmasının sonuçlarına göre, meslek mensuplarının ihtiyaç-tamamlama uyumu algıları, etik tutumun bütün boyutlarını pozitif yönde; talep-yetenek uyumu algıları ise etik tutumun dürüstlük dışındaki diğer tüm boyutlarını pozitif yönde etkilemektedir.

Tayyar ve diğerleri

(2020)

"Muhasebe Açısından Mesleki Şüphencilik ve Etik Kavramları"

3 atıf alan bu çalışmada yazarlar, mesleki şüphencilik etik algısı üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Uşak'ta faaliyet gösteren Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM) unvanına sahip meslek mensuplarına uygulanan anket çalışmasının sonucunda mesleki şüphencilik ile mesleki etik değerler arasında aynı yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Pehlivan ve Koç

(2020)

"Muhasebe Meslek Mensuplarının Etik Yaklaşımları ile Hileye Yönelme Eğilimleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma: Ankara Örneği"

Henüz atıf almamış olan bu çalışmada yazarlar, meslek mensuplarının etik değerleri ve hileye yönelme eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Ankara'da faaliyet gösteren meslek mensuplarına uygulanan anket çalışmasının sonucuna göre, etik değerler ile hileye yönelme eğilimi arasında negatif yönde bir ilişki söz konusudur.

Sönmez ve Altınışık

(2021)

"Üniversite Öğrencilerinin Muhasebe Meslek Mensuplarının Mesleki Etik İlkelerine Uyuma Düzeylerine Yönelik Algıları"

1 atıf alan bu çalışmada yazarlar, muhasebe dersi alan üniversite öğrencilerinin muhasebe mesleğine yönelik algılarını belirlemeyi

amaçlamışlardır. Anket uygulaması sonucunda öğrenciler arasında yaygın olan görüşe göre; muhasebe meslek mensupları tarafından en fazla uyulan ilke “mesleki davranış,” iken uyulmayan ilke ise “dürüstlük” olarak tespit edilmiştir. Demografik değişkenlerden ise; “Genel ağırlıklı not ortalaması”, Ailede/yakın çevrede muhasebe meslek mensubu bulunmakta mıdır?” ve “Staj yapma/çalışma durumu” değişkenlerinin öğrencilerin meslek etiğine ilişkin algılarında anlamlı farklılaşmaya neden olduğu tespit edilmiştir.

Akbaş ve Çirpan (2021) “Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Meslek Mensuplarının Karmaşık Etik Problemleri”

1 atıf alan bu çalışmada yazarlar, muhasebe meslek mensuplarının yaşadıkları etik ikilemleri incelemişlerdir. Araştırma sonucuna göre, meslek mensupları arasında en çok görülen etik dışı davranışlar; meslektaşların birbirlerinin müşterilerini alma girişimleri, kamu kurumlarında tanıdığı olanlar açısından sürecin daha hızlı işlemesi ve mükelleflerin vergiden kaçınmaları olarak tespit edilmiştir.

Kurt ve Temelli (2022) “Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebede Hata ve Hile Algısı: Ağrı İli Örneği”

Henüz atıf almamış olan bu çalışmada yazarlar, muhasebe meslek mensuplarının muhasebede hata ve hile algılarını tespit edebilmek amacıyla Ağrı ilinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarına yönelik anket uygulamışlardır. Uygulama sonucunda; muhasebe meslek mensuplarında bahsi geçen algıların ortalama bir seviyede olduğu belirtilmiştir. Ayrıca hileye ilişkin düşünceleri ile cinsiyet özellikleri ve medeni hallerinin anlamlı bir biçimde farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama yöntemi, kullanılan ölçek, araştırmanın modeli ve hipotezlere aşağıda yer verilmiştir.

Araştırmanın Evren, Örneklem ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın evrenini, 2023 yılı Ocak ayı itibari Kırklareli SMMM odasına kayıtlı 320 SM ve SMMM oluşturmaktadır (Meslek Mensubu Dağılım Tablosu). SM ve SMMM olarak görev yapan muhasebeciler, sektörün bel kemiğini oluşturmaktadır. 2022 yılı nüfus verilerine göre, Kırklareli ilinin nüfusu 366.363 olarak görülmektedir (Nüfusuna göre Türkiye'nin illeri). SMMM odasına kayıtlı SM ve SMMM'lerin nüfusa oranı %0,9'dur. Aynı nüfus düzeyinde bulunan Kastamonu'da (223/375.592) oran %0,5; Uşak'ta (366/373.183) oran %0,9 ve Niğde'de (151/363.725) oran %0,4'tür. Oranlar göz önüne alınarak, Kırklareli, yaklaşık aynı nüfusa sahip diğer iller ile kıyaslandığında SM ve SMMM sayısının nüfusa göre yüksek olduğu söylenebilir. Farklı bir bakış olarak SM ve

SMMM'lerin ildeki esnaf ve işyeri toplamına oranı değerlendirilebilir (İllere Göre Esnaf, İşyeri, Nüfus ve Oda Bilgileri). Buna göre, Kırklareli'de 29.603 esnaf ve işyeri bulunmakta ve SM ve SMMM'lerin ildeki esnaf ve işyeri toplamına oranı %1; Kastamonu'da (223/29.678) oran %0,7; Uşak'ta (366/31.301) oran %1 ve Niğde'de (151/25.157) oran %0,6'dır. Oranlar karşılaştırıldığında, Kırklareli'de bulunan SM ve SMMM'lerin esnaf ve işyeri toplamına oranının, yaklaşık aynı nüfusa sahip diğer illere oranla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Araştırmanın örneklemini, anket doldurarak çalışmaya iştirak etmiş katılımcılar oluşturmaktadır. Anketi doğru ve eksiksiz dolduran katılımcı sayısı toplam 74 olarak bulunmuştur. Bunun 50 tanesi yüz yüze teslim edilen ve doldurulan anketler, 74 tanesi ise online olarak paylaşılan anketlerden oluşmaktadır. Yüz yüze doldurulan anketlerden 4 tanesi eksik ve hatalı olduğu için veri setinden çıkarılmış ve 46 anket ile analize devam edilmiştir. Katılımcı sayısının evrene oranı (120/320), %37'dir. Baş (2010) tarafından aktarılan örnekleme alınacak öğrenci sayısının belirlenmesine yönelik kullanılan aşağıdaki formül kullanılmaktadır.

$$N = \frac{N t^2 p q}{d^2(N-1) + t^2 p q}$$

Formüle göre, ana kütle büyüklüğü (N) 320, %95 güven aralığında ($\alpha=0,05$) ve $t=1,96$ kabul edilebilir örnekleme hatası ile $d=0,05$, $p=0,50$ ve $q=0,50$ değerleri kullanılmıştır. Buna göre örneklemin olması gereken değer 184 olarak bulunmaktadır. Oysa bu araştırmanın örnekleme sayısı 120'dir. Bu durumda örnekleme sayısı, yetersiz olarak değerlendirilebilir. Fakat, Arlı ve Nazik (2001), yazmış oldukları kitapta örneklemin evreni %20 ve bazı durumlarda %10 oranında temsil etmesinin yeterli olduğunu belirtmiştir. Bu çalışma için %37 olan örnekleme/evren oranı yeterli olarak kabul edilebilir.

Araştırmanın veri toplama yöntemi basit rassal örnekleme ile toplanan anketlerdir. Anketler, elden dağıtılmış ve online olarak Kırklareli SMMM odasına sunulmuştur.

Araştırmada Kullanılan Ölçekler, Analiz Yöntemi ve Verilerin Kodlanması

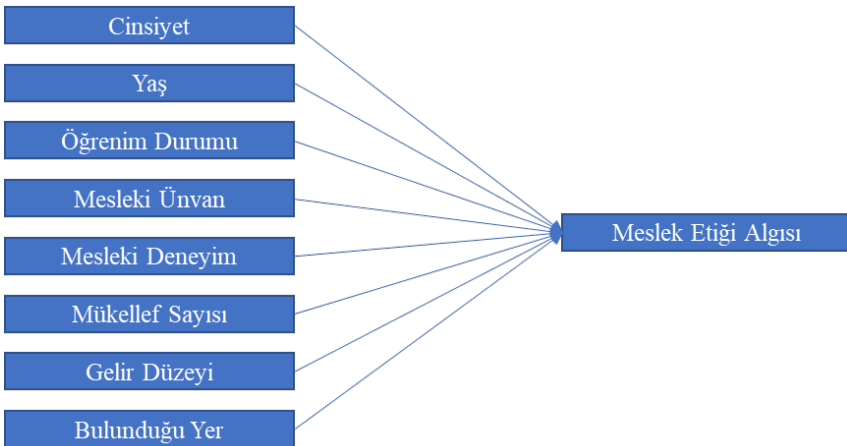
Literatürde meslek mensuplarının meslek etiği tutumlarını ölçmeye yönelik çalışmaların pek çoğu anket formu düzenlenerek yapılmıştır. Tutum ölçeği geliştirilerek yapılanların sayısı ise yok denecek kadar azdır. Bu çalışmada meslek

mensuplarının etik algılarını ölçmek için Tuğay ve Kılıç (2017) tarafından geliştirilen 13 madde ve genel etik algısı, gizlilik, mesleki davranış, dürüstlük, mesleki yeterlilik ve özen olmak üzere beş boyuttan oluşan “Meslek Mensuplarının Muhasebe Meslek Etiği Tutum Ölçeği” kullanılmıştır. Geliştirilen ölçeğe ilişkin yapılan analizler, ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermiştir. Meslek Etiği Algısı ölçeği 5’li Likert Yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçme aracı üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, meslek mensuplarına ilişkin demografik faktörleri içeren sorulardan oluşmaktadır. Bu bölüm 8 ifadeden oluşmaktadır. İkinci bölümde katılımcıların “meslek etiği” davranışını keşfetmeye yönelik 11 adet sosyo-ekonomik ifade yer almaktadır. Üçüncü bölüm ise geçerlilik ve güvenilirlik çalışması, Tuğay ve Kılıç (2017) tarafından yapılmış olan “Meslek Mensuplarının Muhasebe Meslek Etiği Tutum Ölçeği”nden oluşmaktadır. Toplanan verilerin analizi için açık kaynak kodlu Jamovi 2.3 programından yararlanılmıştır. Bağımsız Örneklem t testi, iki grubun ortalamalarına ilişkin farklılığı tespit etmek üzere kullanılırken Varyans analizi ise ikiden fazla gruplara ilişkin ortalamaların tespitinde kullanılmaktadır. İkinci bölümde katılımcılara yöneltilen meslek etiği soruları çapraz tablolar kullanılarak yorumlanmıştır.

Veriler kodlanırken demografik ifadeler için kısaltma kullanılmazken, meslek etiği sosyo-ekonomik ifadeleri (MESEK) ve Mesleki Etik Algısı Ölçeği (MEA) kısaltması ile kodlanmıştır.

Araştırmanın Modeli

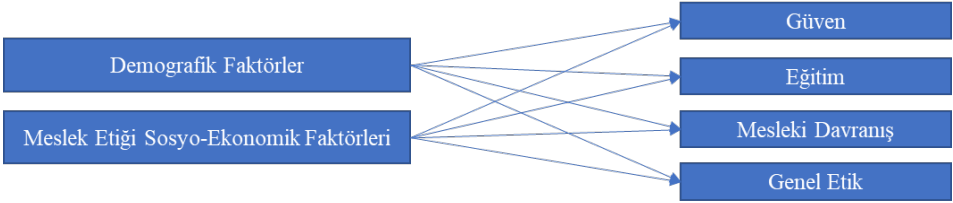
Etik, meslek etiği ve muhasebe meslek mensuplarında meslek etiği konuları üzerine yapılan literatür taramasından sonra araştırma modeli aşağıda verilen şekil dikkate alınarak geliştirilmiştir.



Şekil 4: İlk Model

Model incelendiğinde, ankette katılımcılara yöneltilen demografik ifadelerin, meslek etiği algısını farklılaştırdığı anlaşılmaktadır. Oysa model bu hali ile gerçeği yansıtmamaktadır. Modelin daha gerçekçi olması için ölçeğin orijinalinde yer alan faktör dağılımları dikkate alınmalıdır. Tuğay ve Kılıç tarafından yapılan orijinal çalışmada, meslek etiği algısı ölçeği 5 faktör olarak bulunmuştur. Araştırmacılar bu faktörleri, mesleki davranış, mesleki yeterlilik ve özen, genel etik ilkeleri, gizlilik ve dürüstlük olarak adlandırmıştır. Fakat bu çalışmada mesleki etik algısı ölçeği 4 faktör olarak bulunmuş ve mesleki güven, mesleki eğitim, mesleki davranış ve genel etik olarak adlandırılmıştır. Bunun yanı sıra anketin ikinci kısmını oluşturan meslek etiği ile ilgili görüşlerin, araştırmanın değişkeni olan meslek etiği algısını farklılaştıracağı dikkate alınmalıdır.

Buna göre gözden geçirilerek kurulan yeni ilişkiler, aşağıda verildiği gibi modele aktarılmıştır.



Şekil 5: İkinci Model

Yukarıda verilen model dikkate alınarak hazırlanan çalışmaya ait hipotezler aşağıda verilmiştir.

H1: Araştırmanın demografik faktörleri, meslek etiği algısını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.

- H1a: Araştırmanın demografik faktörleri, “mesleki güven” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.
- H1b: Araştırmanın demografik faktörleri, “mesleki eğitim” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.
- H1c: Araştırmanın demografik faktörleri, “mesleki davranış” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.
- H1d: Araştırmanın demografik faktörleri, “genel etik” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.

H2: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, meslek etiği algısını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.

- H2a: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, “mesleki güven” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.
- H2b: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, “mesleki eğitim” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.
- H2c: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, “mesleki davranış” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.
- H2d: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, “genel etik” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.

Şekil 6: Araştırmanın hipotezleri

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde öncelikli olarak veri setinden çıkması gereken anket olup olmadığı araştırılmıştır. Ardından veriler, sosyo-ekonomik ve demografik özellikler dikkate alınarak çözümlenmiştir. Sonrasında ise faktör ve güvenilirlik analizleri yapılarak değişkenler belirlenecek ve son olarak araştırmanın hipotezleri incelenmiştir.

Veri seti dikkatle incelendiğinde eksik veya hatalı doldurulmuş anketler olduğu anlaşılmıştır. Yüz yüze doldurulan anketlerden 4 tanesi eksik ve hatalı olduğu için veri setinden çıkarılmıştır. Böylece, 46 yüz yüze ve 74 online olmak üzere 120 anket ile analizler gerçekleştirilmiştir.

Demografik Verilerin Analizi

Çalışma kapsamında, ankete iştirak eden SM ve SMMM'lere ilişkin demografik veriler aşağıda değerlendirilmiştir.

Tablo 1: Demografik Veriler

Demografik Faktör	Alt Grup	N	Frekans (%)	
Cinsiyet	Erkek	92	77	
	Kadın	28	23	
Yaş	26-35	30	25	
	36-45	32	27	
	46-55	30	25	
	56-+	28	23	
Eğitim	Lisans	108	90	
	Ortaöğretim	2	2	
	Lisansüstü	2	2	
	Ön Lisans	8	7	
Unvan	SM	6	5	
	SMMM	114	95	
Deneyim	0-5	10	8	
	6-10	26	22	
	11-15	22	18	
	16-20	14	12	
	21-+	48	40	
Mükellef sayısı	1-10	16	13	
	11-20	14	12	
	21-30	16	13	
	31-40	20	17	
	41-50	20	17	
	51-+	34	28	
Gelir	0-2000	2	2	
	2001-4000	18	15	
	4001-6000	12	10	

6001-8000	40	33
8001-10000	4	3
10001-12000	8	7
12001-14000	18	15
14001-+	18	15

Tabloya göre, meslek mensuplarının genel olarak erkek ağırlıklı (%77), genç nüfusa sahip (26-45=%52), lisans mezunu (%90), SMMM (%95), 6-10 yıl deneyim sahibi (%22), 51'den fazla mükellefe sahip (%28), 6001-8000 TL aylık gelir elde ettiği (%33) anlaşılmaktadır.

Meslek Etiği Sosyo-Ekonomik Verilerin Analizi

Araştırmaya katılan meslek mensuplarına çeşitli sorular yöneltilerek meslek etiğine ilişkin sosyo-ekonomik görüşleri alınmıştır.

Bu görüşlerin analizi aşağıda verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Meslek Etiği Sosyo-Ekonomik Verileri

Meslek Etiği	Kısaltma	Alt Grup	N	Frekans (%)
Bağlı olduğunuz meslek odası veya mesleki gruplar, meslek etiği eğitimleri düzenliyor mu?	MESEK1	Evet	92	77
		Hayır	12	10
		Bazen	16	13
Bağlı olduğunuz meslek odasının/mesleki gruplarının düzenlediği eğitimler dışındaki eğitim/konferans/panellere katılıyor musunuz?	MESEK2	Evet	62	52
		Hayır	20	17
		Bazen	38	32
Meslekle ilgili kanun, yenilik ve gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?	MESEK3	Evet	108	90
		Hayır	2	2
		Bazen	10	8
Çalışma hayatınızda etik davrandığınıza/davranacağınıza inanıyorsanız, bunun en önemli sebebi hangisidir?	MESEK4	Ailede edindiğim görgü, terbiye	8	7
		Eğitim	44	37
		Gelenek ve inanç	12	10
		Karakter özelliğim	46	38
		Meslek yasası	10	8
Meslek mensuplarının uyması gereken değerlerden sizce en önemlisi hangisidir?	MESEK5	Dürüstlük	50	42
		Mesleki yeterlilik	18	15
		Mesleki özen	26	22
		Sır saklama ve güvenilirlik	10	8
		Tarafsızlık ve bağımsızlık	16	13
Meslek mensuplarının etik kurallara aykırı faaliyetlerine neden olan en önemli sebep?	MESEK6	Daha çok kazanç isteği	40	33
		Denetim eksikliği	22	18

		Eğitim yetersizliği	24	20
		Müşteri baskısı	12	10
		Piyasa koşulları	22	18
Ülkemizde meslek etiği ile ilgili yasal düzenleme düzeyi nasıldır?	MESEK7	Yeterli	10	8
		Yeterli değil	98	82
		Yok	2	2
Sadece meslek mensuplarının etik değerlere uygun davranması yeterli olmayıp müşterilerin de etik davranması gereklidir.	MESEK8	Evet	120	100
		Hayır	0	0
Meslek mensupları yasaları mümkün olduğunca mükellefler lehine uygulamaktadır.	MESEK9	Evet	64	53
		Hayır	26	22
		Bazen	30	25
Bir ülkedeki ekonomik gelişmişlik, etik gelişimi destekleyen başlıca faktörlerden birisidir. Yani gelir düzeyi arttıkça, meslek ilkelerine bağlılıkları artar.	MESEK10	Evet	70	58
		Hayır	24	20
		Bazen	26	22
Meslek mensubunun asgari ücret tarifesinin altında, üstünde ücret talep etmesi veya ücretsiz hizmet vermesi normaldir.	MESEK11	Evet	6	5
		Hayır	102	85
		Bazen	12	10

Tablodan görüleceği üzere, katılımcıların meslek etiği sosyo-ekonomik verileri analiz edilmiştir. Buna göre katılımcı meslek mensuplarının; %77'si bağlı olduğu meslek odasının meslek içi eğitimler düzenlediğini; %52'si bağlı olduğu meslek odasının düzenlediği eğitimlere katıldığını; %90'ı mesleki yenilik ve gelişimleri takip ettiğini; %38'i çalışma hayatında etik davranmasının karakter özelliği sebebiyle olduğunu; %42'si meslek mensuplarının uyması gereken en önemli değerlerin dürüstlük olduğunu; %33'ü meslek mensuplarının etik kurallara aykırı faaliyetlerine neden olan en önemli sebebin daha çok kazanç sağlama isteği olduğunu; %82'si meslek etiği ile ilgili yasal düzenlemelerin yetersiz olduğunu; %100'ü mükelleflerin de etik davranması gerektiğini; %53'ü meslek mensuplarının yasaları mümkün olduğunca mükellefler lehine uyguladığını; %58'i ülkedeki ekonomik gelişmişliğin, etik gelişimi destekleyen başlıca faktörlerden biri olduğunu; %85'i asgari ücret tarifesinin altında, üstünde veya ücretsiz hizmet vermenin normal olmadığını belirtmişlerdir.

Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenilirliği

Araştırmanın mesleki etik algısı değişkeninin geçerliliği faktör analizi ile incelenmiştir. Güvenilirliği ise Cronbach's Alpha katsayısının ve Barlett Küresellik Testi'nin etkili olduğu güvenilirlik analizi ile test edilmiştir. Buna göre araştırmada kullanılan mesleki etik algısı ifadelerine ait faktör yükleri aşağıdadır.

Tablo 3: Faktör Yükleri

	1.	2.	3.	4.
	Faktör	Faktör	Faktör	Faktör
MEA1	0,825	0,038	0,068	0,046
MEA10	0,804	0,168	0,059	0,103
MEA11	0,782	0,044	0,124	0,098
MEA2	0,185	0,78	0,019	0,103
MEA3	0,166	0,732	0,169	0,308
MEA6	0,074	0,694	0,177	0,216
MEA4	0,067	0,043	0,692	0,258
MEA8	0,257	0,185	0,677	0,234
MEA12	0,263	0,22	0,618	0,275
MEA5	0,096	-0,085	-0,021	0,556
MEA7	0,122	0,011	-0,119	0,73
MEA9	0,119	0,101	0,094	0,72
MEA13	-0,01	0,207	0,223	0,697

Tabloda görüldüğü üzere araştırma ifadeleri 4 grupta toplanmıştır. Bu durum araştırmanın orijinalinden farklıdır. Orijinal çalışmada 5 alt boyut bulunmuş, fakat bu çalışmada 4 alt boyuta rastlanmıştır. Mesleki etik algısını ölçmeye yönelik 1, 10 ve 11. ifadelerden meydana gelen 1. faktöre “Mesleki Güven-MGVN”; 2, 3, 6. ifadelerden meydana gelen 2. faktöre “Mesleki Eğitim-MEGT”; 4, 8, 12. ifadelerden meydana gelen 3. faktöre “Mesleki Davranış-MDVR” ve 5,7, 9, 13. ifadelerden meydana gelen 4. faktöre “Genel Etik-GETK” adı verilmiştir.

Çalışmaya ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analizi aşağıda verilmiştir.

Tablo 2: Geçerlilik ve Güvenilirlik Testleri

Alt Boyutlar	İfadeler	Faktör Yükleri	Cronbach's Alpha	KMO	Barlett Küresellik Testi (p)	Açıklanan Varyans
Mesleki Güven	MEA1	,812	0,943	0,854	2583,283; p < 0,001	22,15
	MEA10	,748				
	MEA11	,726				
Mesleki Eğitim	MEA2	,705	0,927			
	MEA3	,681				
	MEA6	,677				
Mesleki Davranış	MEA4	,681	0,915			
	MEA8	,679				
	MEA12	,669				
Genel Etik	MEA5	,646	0,946			
	MEA7	,633				
	MEA9	,614				
	MEA13	,610				

Tablo incelendiğinde KMO test sonuçları açısından, mesleki etik algısı değişkeninin yeterlilik katsayısının 0,854 olarak bulunduğu görülmektedir. Bu durumda mesleki etik algısı değişkeninin, faktör analizi için uygun olduğu kanısına varılabilir.

Faktör analizi sonucunda mesleki etik algısı değişkeni, dört alt boyutta toplanmıştır. Mesleki güven alt boyutu, mesleki etik algısı değişkenine ait toplam varyansın %22,15'ini; mesleki eğitim alt boyutu, toplam varyansın %10,8'ini; mesleki davranış alt boyutu, toplam varyansın %11,47'sini ve genel etik alt boyutu, toplam varyansın %21,61'ini açıklamıştır. 4 faktörün kümülatif varyansı açıklama yüzdesi %66,03'tür. Mesleki etik algısı değişkeni için faktör yükü 0,5'in altında olan ifadeye rastlanmadığı için veri seti bu hali ile analiz edilmiştir.

Güvenilirlik analizi testi için Cronbach Alpha katsayısı yorumlanmıştır. Elde edilen tüm değişkenlerin Cronbach Alfa katsayısı, güvenilirlik analizi sonucunda 0,800'ün üzerinde bulunmuştur. Ölçekler bu hali ile oldukça güvenilirdir.

Araştırma Hipotezlerinin Testi

Araştırma modeline göre katılımcılara yöneltilen demografik ifadeler ve mesleki etik sosyo-ekonomik veriler ile mesleki etik algısı arasında bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre, araştırma bulguları Bağımsız Örneklem t Testi ve Bağımsız İkidem Fazla Örneklem Varyans Analizi kullanılarak elde edilmiştir.

t testlerinin yapılabilmesi için öncelikli olarak verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Bunun için çarpıklık ve basıklık değerleri

dikkate alınmıştır. Değerlerin -2 ile +2 arasında yer alması veri setinin normal dağılım gösterdiği anlamında yorumlanabilmektedir (George ve Mallery, 2010).

Yukarıda verilen bilgiler ışığında t testi yapılabilecek verilerden olan cinsiyet ve unvan faktörlerinin, basıklık ve çarpıklık değeri Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 3: Tanımlayıcı İstatistikler

			MGVN	MEGT	MDVR	GETK
Skewness	Unvan	SM	-0.523	-0.968	-0.327	-0.864
		SMMM	-0.558	-0.564	-0.319	0.003
	Cinsiyet	Erkek	-0.491	-0.405	-0.344	0.037
		Kadın	-0.881	-1.11	-0.139	-0.225
Kurtosis	Unvan	SM	-1.87	-1.88	-1.88	-1.88
		SMMM	-0.303	-0.141	-0.053	-1.07
	Cinsiyet	Erkek	-0.110	-0.025	-0.008	-1.06
		Kadın	-0.832	0.734	-1.31	-1.37

Tablo incelendiğinde, tüm değişkenlere göre cinsiyet ve unvan faktörü alt bileşenleri basıklık ve çarpıklık değeri olması gereken sınırlar arasında bulunmaktadır. Buradan yola çıkarak cinsiyet ve unvan faktörlerinin normal dağılım gösterdiği söylenebilir. Bu durumda her iki faktör için de grup istatistiklerine bakılarak gruplar arası farklılıklar ortaya çıkarılmalıdır.

Tablo 4: Grup İstatistikleri

			MGVN	MEGT	MDVR	GETK
Mean	Cinsiyet	Erkek	4.25	4.14	3.93	3.87
		Kadın	4.57	4.43	4.26	4.27
	Unvan	SM	4.22	3.89	3.89	3.92
		SMMM	4.33	4.23	4.02	3.96

Analiz sonuçlarına göre, kadın meslek mensuplarının mesleki güven, mesleki eğitim, mesleki davranış ve genel etik ortalamasının erkeklerden fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca SMMM unvanına sahip meslek mensuplarının mesleki güven, mesleki eğitim, mesleki davranış ve genel etik ortalamasının SM unvanına sahip olanlardan fazla olduğu anlaşılmaktadır. Fakat ortalamaların birbirinden farklı olması yeterli değildir. Bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Bunun için Levene's Testi ve t Testi sonuçlarına bakılmalıdır.

Cinsiyet ve unvan faktörlerine ait Levene's Test sonuçları aşağıda verilmiştir.

Tablo 5: Levene's Testi

		Homogeneity of Variances Test (Levene's)			
		F	Df	df2	P
Cinsiyet	MGVN	0.01504	1	118	0.903
	MEGT	0.26951	1	118	0.605
	MDVR	0.00818	1	118	0.928
	GETK	0.17196	1	118	0.679
Unvan	MGVN	0.536	1	118	0.466
	MEGT	5.508	1	118	0.021
	MDVR	0.278	1	118	0.599
	GETK	0.164	1	118	0.686

Tabloda yer alan Levene test değerleri gruplar arası varyansların eşit olup olmadığının saptanması için kullanılmaktadır. Bu test değerlerine göre cinsiyet faktörü için mesleki güven ($0.903 > 0.05$), mesleki eğitim ($0.605 > 0.05$), mesleki davranış ($0.928 > 0.05$) ve genel etik ($0.679 > 0.05$) olduğundan varyansların eşit olduğu kabul edilmektedir. Unvan faktörü için mesleki güven ($0.466 > 0.05$), mesleki davranış ($0.599 > 0.05$) ve genel etik ($0.686 > 0.05$) olduğundan varyansların eşit olduğu kabul edilmektedir. Fakat, mesleki eğitim ($0.021 < 0.05$) olduğundan varyansların eşitliği şartı sağlanamamıştır.

Varyansların eşitliği şartını sağlayan değişkenler, t Testi yapılarak gruplar arası farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı anlaşılacaktır. Buna göre değişkenlerin t Testi analizleri aşağıda verilmiştir.

Tablo 6: t Testi Sonuçları

		Independent Samples t-Test		
		Statistic	Df	P
Cinsiyet	MGVN	-2.65	118	0.009
	MEGT	-2.45	118	0.016
	MDVR	-2.36	118	0.020
	GETK	-2.92	118	0.004
Unvan	MGVN	-0.430	118	0.668
	MDVR	-0.467	118	0.641
	GETK	-0.176	118	0.860

Tablo sonuçlarına göre cinsiyet faktörü için mesleki güven ($0.09 < 0.05$), mesleki eğitim ($0.016 < 0.05$), mesleki davranış ($0.020 < 0.05$) ve genel etik ($0.004 < 0.05$) olduğundan gruplar arası farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. **Bu durumda kadın meslek mensuplarının mesleki güven, mesleki eğitim, mesleki davranış ve genel etik ortalamasının erkeklerden fazla olduğu söylenebilir.**

Buna rağmen unvan faktörüne ait değişkenler istatistiksel olarak anlamlı bulunmamış ve gruplar arası farklar anlamsız olarak değerlendirilebilir.

Diğer demografik faktörler için Varyans Analizi gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla ilk olarak varyansların eşitliği şartları kontrol edilmelidir (Tablo 9).

Tablo 7: Levene's Testi Sonuçları

Homogeneity of Variances Test (Levene's)					
Faktör	Alt Boyut	Levene İstatistikleri	df1	df2	Sig.
Yaş	MGVN	3.808	3	116	0.012
	MEGT	3.898	3	116	0.011
	MDVR	0.140	3	116	0.936
	GETK	2.273	3	116	0.084
Eğitim	MGVN	2.72	3	116	0.048
	MEGT	5.18	3	116	0.002
	MDVR	5.31	3	116	0.002
	GETK	3.72	3	116	0.013
Deneyim	MGVN	1.413	4	115	0.234
	MEGT	2.635	4	115	0.038
	MDVR	0.198	4	115	0.939
	GETK	0.649	4	115	0.629
Mükellef	MGVN	0.865	5	114	0.507
	MEGT	1.611	5	114	0.163
	MDVR	2.450	5	114	0.038
	GETK	1.061	5	114	0.386
Gelir	MGVN	2.85	7	112	0.009
	MEGT	3.01	7	112	0.006
	MDVR	2.62	7	112	0.015
	GETK	3.69	7	112	0.001
Konum	MGVN	2.33	4	115	0.060
	MEGT	4.55	4	115	0.002
	MDVR	1.81	4	115	0.132
	GETK	3.71	4	115	0.007

Tablo 6'ya göre, **yaş** faktörü açısından mesleki davranış ve genel etik; **deneyim** faktörü açısından mesleki güven, mesleki davranış ve genel etik; **mükellef** faktörü açısından mesleki davranış; **konum** faktörü açısından mesleki güven ve mesleki davranış değişkenleri varyansların eşitliği şartını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, yaş faktörü açısından mesleki güven ve genel etik; eğitim faktörü açısından mesleki güven, mesleki eğitim, mesleki davranış ve genel etik; deneyim faktörü açısından mesleki güven, mesleki eğitim ve genel etik; gelir faktörü açısından mesleki güven, mesleki eğitim, mesleki davranış ve genel etik ve konum faktörü açısından mesleki güven, mesleki davranış ve genel etik değişkenleri varyansların eşitliği şartını sağlamamaktadır.

Bundan sonra varyansların eşitliği şartını sağlayan değişkenlerin grup farklılıkları için ANOVA tablosuna bakılmalıdır.

Tablo 8: ANOVA Testi

One-Way ANOVA (Welch's)					
		F	df1	df2	p
Yaş	MDVR	0.321	3	64.0	0.810
	GETK	0.328	3	64.1	0.805
Deneyim	MGVN	1.091	4	36.6	0.375
	MDVR	1.331	4	37.0	0.277
Mükellef	GETK	0.694	4	35.7	0.601
	MDVR	6.628	5	47.0	<.001
Konum	MGVN	1.62	4	115	0.173
	MDVR	1.65	4	115	0.166

Tabloya göre, sadece mükellef faktörü açısından mesleki davranış değişkenine göre en az iki grup arasında farklılık vardır (F=6,628 ve p=0,001<0,05). Bu grupların hangileri olduğunun tespiti için Tukey tablosuna bakılmalıdır (Tablo 11).

Tablo 9: Mükellef Faktörü Post Hoc Testleri

		Tukey Post-Hoc Test – MDVR						
		1 – 10	11 - 20	21 – 30	31 – 40	41 - 50	51 ve üzeri	
Mükellef Faktörü	1 - 10	Mean difference	—	-1.03	-	-	-	-
		p-value	—	<.001	0.50	0.06	0.14	0.373
	11 - 20	Mean difference	—	0.65	0.43	0.43	0.43	0.669
		p-value	—	0.04	0.31	0.31	0.31	0.109
	21 - 30	Mean difference	—	—	-	-	-	0.014
		p-value	—	—	0.89	0.89	1.000	1.000
	31 - 40	Mean difference	—	—	—	0.00	0.231	0.231
		p-value	—	—	—	1.00	0.755	0.755

41 - 50	Mean	—	0.231
	differen ce		4
	p-value	—	0.755
51 ve üzeri	Mean		—
	differen ce		
	p-value		—

Tabloya göre, 1-10 arası mükellef grubu ile 11-20 arası mükellef grubu ve 11-20 arası mükellef grubu ile 21-30 arası mükellef grubu mesleki davranış değişkeni açısından farklılık göstermektedir. Farklılığı yorumlayabilmek için tabloda ortalamalar arasındaki farka bakmak gerekmektedir. Buna göre, 11-20 arası mükellefi olan meslek mensuplarının ortalaması 1-10 arası mükellefi olan meslek mensuplarından fazladır. **Bu durumda 11-20 arası mükellefi olan meslek mensuplarının mesleki davranış açısından diğer gruplara göre anlamlı farklılık gösterdiği söylenebilir.**

Anket sorularının ikinci bölümünü oluşturan mesleki etik sosyo-ekonomik faktörlerin Mesleki Etik Algısı değişkenlerini farklılaştırıp farklılaştrmadığına ilişkin analizlere aşağıda yer verilmiştir.

Anketin ikinci bölümü incelendiğinde “MESEK8” olarak kodlanmış bulunan “Sadece meslek mensuplarının etik değerlere uygun davranması yeterli olmayıp müşterilerin de etik davranması gereklidir” sorusunun iki alt gruptan oluştuğu, diğer soruların ise ikiden fazla alt gruptan oluştuğu görülmektedir. Fakat MESEK8 faktörüne ait tüm cevaplar “Evet” olarak kodlanmış olduğundan gruplar arası farklılığı görmek olanaksızdır.

Varyans analizi için öncelikli olarak varyansların eşitliği şartları kontrol edilmelidir.

Tablo 10: Levene's Testi

Homogeneity of Variances Test (Levene's)					
	Mesek1	F	df1	df2	p
MESEK1	MGVN	0.818	2	117	0.444
	MEGT	1.827	2	117	0.165
	MDVR	1.129	2	117	0.327
	GETK	2.831	2	117	0.063
MESEK2	MGVN	35125	2	117	0.022
	MEGT	41.275	2	117	0.328
	MDVR	12.420	2	117	0.265
	GETK	21.551	2	117	0.209
MESEK3	MGVN	31778	2	117	0.158

	MEGT	45.109	2	117	0.131
	MDVR	28.126	2	117	0.175
	GETK	18.688	2	117	0.033
	MGVN	21582	4	115	0.040
MESEK4	MEGT	3.00	4	115	0.021
	MDVR	20.210	4	115	< .001
	GETK	29.618	4	115	0.029
	MGVN	0.529	4	115	0.715
MESEK5	MEGT	1.348	4	115	0.257
	MDVR	0.824	4	115	0.512
	GETK	1.322	4	115	0.266
	MGVN	0.984	4	115	0.419
MESEK6	MEGT	3.062	4	115	0.019
	MDVR	0.536	4	115	0.709
	GETK	3.761	4	115	0.007
	MGVN	11383	2	117	0.040
MESEK7	MEGT	16.497	2	117	0.035
	MDVR	34243	2	117	< .001
	GETK	25324	2	117	0.004
	MGVN	0.0159	2	117	0.984
MESEK9	MEGT	10.550	2	117	0.351
	MDVR	0.2290	2	117	0.796
	GETK	0.7788	2	117	0.461
	MGVN	0.117	2	117	0.889
MESEK10	MEGT	1.354	2	117	0.262
	MDVR	0.570	2	117	0.567
	GETK	1.144	2	117	0.322
	MGVN	1.681	2	117	0.191
MESEK11	MEGT	0.176	2	117	0.839
	MDVR	2.084	2	117	0.129
	GETK	3.837	2	117	0.024

Tabloya göre, MESEK1 faktörü MGVN, MEGT, MDVR; MESEK2 faktörü MEGT, MDVR, GETK; MESEK3 faktörü MGVN, MEGT, MDVR; MESEK5 faktörü MGVN, MEGT, MDVR, GETK; MESEK6 faktörü MGVN, MDVR; MESEK9 faktörü MGVN, MEGT, MDVR, GETK; MESEK10 faktörü MGVN, MEGT, MDVR, GETK; MESEK11 faktörü MGVN, MEGT, MDVR değişkenleri için varyansların eşitliği şartları sağlanmaktadır ($p>0.05$).

Bundan sonra varyansların eşitliği şartını sağlayan değişkenlerin grup farklılıkları için ANOVA tablosuna bakılmalıdır.

Tablo 11: ANOVA Testi

One-Way ANOVA (Welch's)					
		F	df1	df2	p
MESEK1	MGVN	32.599	2	20.05	0.018
	MEGT	44.682	2	20.06	0.015
	MDVR	29.434	2	23.08	0.001
MESEK2	MEGT	13.19	2	46.3	<.001
	MDVR	13.058	2	48.2	<.001
	GETK	33.635	2	52.0	0.063
MESEK3	MGVN	1.416	2	117	0.247
	MEGT	0.794	2	117	0.455
	MDVR	4.368	2	117	0.015
MESEK5	MGVN	35.431	4	37.3	0.120
	MEGT	13.881	4	35.9	0.262
	MDVR	27.395	4	35.5	0.160
	GETK	45.110	4	36.1	0.028
MESEK6	MGVN	43.132	4	45.4	0.086
	MDVR	19.146	4	44.6	<.001
MESEK9	MGVN	26.390	2	57.8	0.413
	MEGT	34.547	2	60.2	0.091
	MDVR	22.160	2	59.6	0.341
	GETK	35.551	2	53.3	0.005
MESEK10	MGVN	14.032	2	49.2	0.153
	MEGT	46.113	2	49.8	0.420
	MDVR	16.70	2	50.5	<.001
	GETK	24.259	2	51.9	0.103
MESEK11	MGVN	17.624	2	12.65	0.034
	MEGT	11.324	2	10.96	0.309
	MDVR	41.306	2	9.89	0.171

Tabloya göre, MESEK1 faktörü için MGVN, MEGT, MDVR; MESEK2 faktörü için MEGT, MDVR; MESEK3 faktörü için MDVR; MESEK5 faktörü için GETK; MESEK6 faktörü için MDVR; MESEK9 faktörü için GETK; MESEK10 faktörü için MDVR ve MESEK11 faktörü için MGVN değişkenlerine göre en az iki grup arasında farklılıklar vardır. Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını bulmak için post hoc testlere bakmak gerekmektedir. MESEK1 faktörü MGVN, MEGT, MDVR değişkenlerine ait post hoc testleri aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 12: MESEK1 Faktörü Post Hoc Testleri

		Mesleki Güven			Mesleki Eğitim			Mesleki Davranış			
		Bazen	Evet	Hayır	Bazen	Evet	Hayır	Bazen	Evet	Hayır	
MESEK1 Faktörü	Bazen	Mean difference	—	0.462	-0.097	—	0.471	-0.167	—	0.589	-0.181
		p-value	—	0.008	0.892	—	0.003	0.682	—	0.002	0.728
	Evet	Mean difference	—	—	0.3647	—	—	0.304	—	—	0.408
		p-value	—	—	0.089	—	—	0.144	—	—	0.087
	Hayır	Mean difference	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		p-value	—	—	—	—	—	—	—	—	—

Tabloya göre MESEK1 (Bağlı olduğunuz meslek odası veya mesleki gruplar, meslek etiği eğitimleri düzenliyor mu?) faktörünün bazen-evet grupları, mesleki güven; mesleki eğitim ve mesleki davranış değişkenlerini farklılaştırmaktadır. **“MESEK1” sorusuna “bazen” cevabı veren meslek mensupları, mesleki güven; mesleki eğitim ve mesleki davranış değişkenlerini “evet” cevabı veren meslek mensuplarından daha az farklılaştırmaktadır.**

MESEK2 faktörü MEGT, MDVR değişkenlerine ait post hoc testleri aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 13: MESEK2 Faktörü Post Hoc Testleri

		Mesleki Eğitim			Mesleki Davranış			
		Bazen	Evet	Hayır	Bazen	Evet	Hayır	
MESEK2	Bazen	Mean difference	—	-0.286	0.356	—	-0.278	0.481
		p-value	—	0.317	0.089	—	0.067	0.012
	Evet	Mean difference	—	—	0.642	—	—	0.759
		p-value	—	—	<.001	—	—	<.001
	Hayır	Mean difference	—	—	—	—	—	—
		p-value	—	—	—	—	—	—

Tabloya göre MESEK2 (Bağlı olduğunuz meslek odasının/mesleki gruplarının düzenlediği eğitimler dışındaki eğitim/konferans/panellere katılıyor musunuz?) faktörünün “evet-hayır” grupları mesleki eğitim ve mesleki davranış değişkenlerini farklılaştırmaktadır. **MESEK2 sorusuna “evet” cevabı veren meslek mensupları, mesleki eğitim ve mesleki davranış değişkenlerini, “hayır” cevabı veren meslek mensuplarından daha fazla farklılaştırmaktadır.**

MESEK3 faktörü MDVR değişkenine ait post hoc testleri aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 14: MESEK3 Faktörü Post Hoc Testleri

		Mesleki Davranış			
		Bazen	Evet	Hayır	
MESEK3	Bazen	Mean difference	—	-0.601	-0.200
		p-value	—	0.014	0.914
	Evet	Mean difference		—	0.401
		p-value		—	0.653
	Hayır	Mean difference			—
		p-value			—

Tabloya göre MESEK3 (Meslekle ilgili kanun, yenilik ve gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?) faktörünün “bazen-evet” grupları mesleki davranış değişkenini farklılaştırmaktadır. **MESEK3 sorusuna “bazen” cevabı veren meslek mensupları, mesleki davranış değişkenini “evet” cevabı veren meslek mensuplarından daha az farklılaştırmaktadır.**

MESEK3 faktörü GETK değişkenine ait post hoc testleri aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 15: MESEK5 Faktörü Post Hoc Testleri

		Genel Etik			
		Bazen	Evet	Hayır	
MESEK5	Bazen	Mean difference	—	-0.632	0.400
		p-value	—	0.007	0.683
	Evet	Mean difference		—	1.032
		p-value		—	0.055
	Hayır	Mean difference			—
		p-value			—

Tabloya göre MESEK5 (Meslek mensuplarının uyması gereken değerlerden sizce en önemlisi hangisidir?) faktörünün “bazen-evet” grupları genel etik değişkenini farklılaştırmaktadır. **MESEK5 sorusuna “bazen” cevabı veren meslek mensupları, genel etik değişkenini “evet” cevabı veren meslek mensuplarından daha az farklılaştırmaktadır.**

MESEK6 faktörü MDVR değişkenine ait post hoc testleri aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 16: MESEK6 Faktörü Post Hoc Testleri

		Mesleki Davranış					
		Daha çok kazanç isteği	Denetim eksikliği	Eğitim yetersizliği	Müşteri baskısı	Piyasa koşulları	
MESEK6	Daha çok kazanç isteği	Mean diff.	—	-0.0758	-0.639	-0.5556	0.106
		p-value	—	0.989	< .001	0.043	0.963
	Denetim eksikliği	Mean diff.		—	-0.563	-0.4798	0.182
		p-value		—	0.315	0.173	0.850
	Eğitim yetersizliği	Mean diff.			—	0.0833	0.745
		p-value			—	0.995	0.081
	Müşteri baskısı	Mean diff.				—	0.662
		p-value				—	0.071
	Piyasa koşulları	Mean diff.					—
		p-value					—

Tabloya göre MESEK6 (Meslek mensuplarının etik kurallara aykırı faaliyetlerine neden olan en önemli sebep?) faktörünün “daha çok kazanç isteği-eğitim yetersizliği”, “daha çok kazanç isteği-müşteri baskısı” grupları mesleki davranış değişkenini farklılaştırmaktadır. **MESEK6 sorusuna “daha çok kazanç isteği” cevabı veren meslek mensupları, mesleki davranış değişkenini “eğitim yetersizliği” ve “müşteri baskısı” cevabı veren meslek mensuplarından daha az farklılaştırmaktadır.**

MESEK9 faktörü GETK değişkenine ait post hoc testleri aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 17: MESEK9 Faktörü Post Hoc Testleri

		Genel Etik			
		Bazen	Evet	Hayır	
MESEK9	Bazen	Mean difference	—	-0.156	-0.596
		p-value	—	0.493	0.001
	Evet	Mean difference		—	-0.440
		p-value		—	0.008
	Hayır	Mean difference			—
		p-value			—

Tabloya göre MESEK9 (Meslek mensupları yasaları mümkün olduğunca mükellefler lehine uygulamaktadır.) faktörünün “bazen-hayır”, “evet-hayır” grupları genel etik değişkenini farklılaştırmaktadır. **MESEK9 sorusuna “bazen” ve “evet” cevaplarını veren meslek mensupları, genel etik değişkenini “hayır” cevabı veren meslek mensuplarından daha az farklılaştırmaktadır.**

MESEK10 faktörü MDVR değişkenine ait post hoc testleri aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 18: MESEK10 Faktörü Post Hoc Testleri

		Mesleki Davranış			
		Bazen	Evet	Hayır	
MESEK10	Bazen	Mean difference	—	-0.693	-0.214
		p-value	—	<.001	0.406
	Evet	Mean difference		—	0.479
		p-value		—	0.002
	Hayır	Mean difference			—
		p-value			—

Tabloya göre MESEK10 (Bir ülkedeki ekonomik gelişmişlik, etik gelişimi destekleyen başlıca faktörlerden birisidir. Yani gelir düzeyi arttıkça, meslek ilkelerine bağlılıkları artar.) faktörünün “bazen-evet”, “evet-hayır” grupları mesleki davranış değişkenini farklılaştırmaktadır. **MESEK10 sorusuna “bazen” cevabı veren meslek mensupları, mesleki davranış değişkenini “evet” cevabı veren meslek mensuplarından daha az; “evet” cevabı veren meslek mensupları “hayır” cevabı verenlerden daha fazla farklılaştırmaktadır.**

MESEK11 faktörü MGVN değişkenine ait post hoc testleri aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 19: MESEK11 Faktörü Post Hoc Testleri

		Mesleki Güven			
		Bazen	Evete	Hayır	
MESEK11	Bazen	Mean difference	—	-0.556	-0.216
		p-value	—	0.138	0.443
	Evete	Mean difference		—	0.340
		p-value		—	0.045
	Hayır	Mean difference			—
		p-value			—

Tabloya göre MESEK11 (Meslek mensubunun asgari ücret tarifesi altında, üstünde ücret talep etmesi veya ücretsiz hizmet vermesi normaldir.) faktörünün “evet-hayır” grupları mesleki güven değişkenini farklılaştırmaktadır. **MESEK11 sorusuna “evet” cevabı veren meslek mensupları mesleki güven değişkenini “hayır” cevabı verenlerden daha fazla farklılaştırmaktadır.**

Tartışma

Meslek mensuplarının genel olarak erkek ağırlıklı (%77), genç nüfusa sahip (26-45=%52), lisans mezunu (%90), SMMM (%95), 6-10 yıl deneyim sahibi (%22), 51’den fazla mükellefe sahip (%28), 6001-8000 TL aylık gelir elde ettiği (%33) anlaşılmaktadır. Katılımcıların meslek etiği sosyo-ekonomik verileri analiz edilmiştir. Buna göre katılımcı meslek mensuplarının %77’si bağlı olduğu meslek odasının meslek içi eğitimler düzenlediğini; %90’ı mesleki yenilik ve gelişimleri takip ettiğini; %82’si meslek etiği ile ilgili yasal düzenlemelerin yetersiz olduğunu; %100’ü mükelleflerin de etik davranması gerektiğini; %85’i ücretsiz hizmet vermenin normal olmadığını belirtmişlerdir.

Araştırma ifadeleri 4 grupta toplanmıştır. Bu durum araştırmanın orijinalinden farklıdır. Çalışmanın orijinalinde 5 alt boyut bulunmuş, fakat bu çalışmada 4 alt boyuta rastlanmıştır. Mesleki etik algısını ölçmeye yönelik 1, 10 ve 11. ifadelerden meydana gelen 1. faktöre “Mesleki Güven-MGVN”; 2, 3, 6. ifadelerden meydana gelen 2. faktöre “Mesleki Eğitim-MEGT”; 4, 8, 12. ifadelerden meydana gelen 3. faktöre “Mesleki Davranış-MDVR” ve 5,7, 9, 13. ifadelerden meydana gelen 4. faktöre “Genel Etik-GETK” adı verilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre kadın meslek mensuplarının mesleki güven, mesleki eğitim, mesleki davranış ve genel etik ortalaması erkeklerden fazladır. 11-20 arası mükellefi olan meslek mensupları, mesleki davranış açısından diğer gruplara göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Araştırma hipotezlerini test etmeye yönelik olarak yapılan analizler sonucunda MESEK1 sorusuna “bazen” cevabı veren meslek mensupları, mesleki güven; mesleki eğitim ve mesleki davranış değişkenlerini “evet” cevabı veren

meslek mensuplarından daha az farklılaştırmaktadır. MESEK2 sorusuna “evet” cevabı veren meslek mensupları, mesleki eğitim ve mesleki davranış değişkenlerini, “hayır” cevabı veren meslek mensuplarından daha fazla farklılaştırmaktadır. MESEK3 sorusuna “bazen” cevabı veren meslek mensupları, mesleki davranış değişkenini “evet” cevabı veren meslek mensuplarından daha az farklılaştırmaktadır. MESEK5 sorusuna “bazen” cevabı veren meslek mensupları, genel etik değişkenini “evet” cevabı veren meslek mensuplarından daha az farklılaştırmaktadır. MESEK6 sorusuna “daha çok kazanç isteği” cevabı veren meslek mensupları, mesleki davranış değişkenini “eğitim yetersizliği” ve “müşteri baskısı” cevabı veren meslek mensuplarından daha az farklılaştırmaktadır. MESEK10 sorusuna “bazen” cevabı veren meslek mensupları, mesleki davranış değişkenini “evet” cevabı veren meslek mensuplarından daha az; “evet” cevabı veren meslek mensupları “hayır” cevabı verenlerden daha fazla farklılaştırmaktadır. MESEK11 sorusuna “evet” cevabı veren meslek mensupları mesleki güven değişkenini “hayır” cevabı verenlerden daha fazla farklılaştırmaktadır.

Çalışma hipotezlerinin sonuçları aşağıda tablo halinde özetlenmiştir.

Tablo 20: Hipotezlerin Sonuçları

Hipotez	Sonuç
H1: Araştırmanın demografik faktörleri, meslek etiği algısını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.	Kısmen onaylandı
H1a: Araştırmanın demografik faktörleri, “mesleki güven” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.	Kısmen onaylandı
H1b: Araştırmanın demografik faktörleri, “mesleki eğitim” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.	Kısmen onaylandı
H1c: Araştırmanın demografik faktörleri, “mesleki davranış” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.	Kısmen onaylandı
H1d: Araştırmanın demografik faktörleri, “genel etik” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.	Kısmen onaylandı
H2: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, meslek etiği algısını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.	Kısmen onaylandı
H2a: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, “mesleki güven” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.	Kısmen onaylandı
H2b: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, “mesleki eğitim” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.	Kısmen onaylandı
H2c: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, “mesleki davranış” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.	Kısmen onaylandı
H2d: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, “genel etik” alt boyutunu istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.	Kısmen onaylandı

Tabloya araştırmanın tüm hipotezleri kısmen onaylanmış gözükmektedir. Bunun sebebi, demografik ve meslek etiği sosyo-ekonomik faktörlerinin birçok ifadeden oluşmuş olması ve bu ifadelerin bazılarının mesleki etik algısı değişkenini farklılaştırmamasıdır.

Konu ile ilgili 2013 yılında Çiçek, Canbaz ve Keskin tarafından yapılan “Muhasebe Meslek Mensuplarının Meslek Etiğine Bakış Açılı: Kırklareli

İlinde Bir Araştırma” adlı çalışma, o yıllara özgü durumu ortaya koymaktadır. Çalışmanın metodolojisi, yazarların belirlediği soruların frekans özelliklerine göre analiz edilmesi temeline dayanmaktadır. Ankete 62 meslek mensubu iştirak etmiştir. Katılımcıların %71’i erkek, %29’u kadındır. Katılımcılar ağırlıklı oranda (%71) lisans mezunudur. Mükellef sayılarının ağırlık merkezinin 0-60 arası olduğu, aylık gelirlerinin 2.000-5.999 TL arasında yoğunlaştığı ve mesleki tecrübelerinin daha çok 1-15 yıl arasında olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmanın demografik verileri ile bu çalışmanın demografik verileri kıyaslandığında paralellik göze çarpmaktadır. Buna göre erkek meslek mensubu (%77) ve lisans mezunu sayısının (%90) arttığı, mükellef sayısı 51’den fazla olanların ve 21 yıldan fazla deneyim sahibi olan meslek mensuplarının yoğun olduğu anlaşılmaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, muhasebe meslek mensuplarının demografik özelliklerinin ve meslek etiğine ilişkin sosyo-ekonomik görüşlerinin meslek mensuplarının etik algısını farklılaştırma düzeyini araştırmaktadır. Çalışma, Kırklareli ilinde bulunan meslek mensuplarını konu almıştır. Çalışmaya katılan meslek mensubu sayısı, geçersiz anketler çıkarıldıktan sonra 120 olarak bulunmuştur. 46 anket yüz yüze ve 74 anket online olarak toplanmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerini öğrenmeye yönelik 8; mesleki sosyo-ekonomik etik özelliklerini öğrenmeye yönelik 11 ve meslek mensuplarının muhasebe meslek etiği algısını ölçmeye yönelik 13 ifade yöneltilmiştir.

Çalışma iki adet genel hipotezden oluşmaktadır. H1: Araştırmanın demografik faktörleri, meslek etiği algısını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır. H2: Araştırmanın meslek etiği sosyo-ekonomik faktörleri, meslek etiği algısını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırmaktadır.

Demografik faktörlerin meslek etiği algısını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırıp farklılaşırmadığının tespiti için yapılan analizler sonucunda; kadın meslek mensuplarının erkeklere kıyasla mesleki güven, mesleki eğitim, mesleki davranış ve genel etik değişkenlerini daha fazla önemsendiği belirlenmiştir. Buna göre; cinsiyet muhasebe meslek mensuplarının meslek etiği algısını etkilemektedir. Ayrıca 11-20 arası mükellefi olan meslek mensupları, mesleki davranış değişkenini diğer gruplara kıyasla daha önemli bulduğu belirlenmiştir. Buna göre; mükellef sayısına göre muhasebe meslek mensuplarının görüşleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Meslek etiği sosyo-ekonomik faktörlerinin, meslek etiği algısını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştırıp farklılaşırmadığının tespiti için yapılan analizler sonucunda; bağlı olduğunuz meslek odası veya mesleki gruplar, meslek

etiği eğitimleri düzenliyor mu? (MESEK 1) sorusuna “evet” cevabını verenler, mesleki güven, mesleki eğitim ve mesleki davranış değişkenlerini, “bazen” cevabını verenlerden daha fazla önemsemektedirler.

Bağlı olduğunuz meslek odasının/mesleki gruplarının düzenlediği eğitimler dışındaki eğitim/konferans/panellere katılıyor musunuz? (MESEK 2) sorusuna evet cevabını verenler, mesleki eğitim ve mesleki davranış değişkenlerini, hayır cevabı verenlerden daha fazla önemsemektedirler.

Meslekle ilgili kanun, yenilik ve gelişmeleri takip edebiliyor musunuz? (MESEK 3) sorusuna “evet” cevabını verenler, mesleki davranış değişkenini, “bazen” cevabını verenlerden daha fazla önemsemektedirler.

Meslek mensuplarının uyması gereken değerlerden sizce en önemlisi hangisidir? (MESEK 5) sorusuna “evet” cevabını verenler, genel etik değişkenini, “bazen” cevabını verenlerden daha fazla önemsemektedirler.

Meslek mensuplarının etik kurallara aykırı faaliyetlerine neden olan en önemli sebep hangisidir? (MESEK 6) sorusunu “eğitim yetersizliği” ve “müşteri baskısı” şeklinde cevaplayanlar, mesleki davranış değişkenini, “daha çok kazanç isteği” olarak cevaplayanlara kıyasla daha fazla önemsemektedirler.

Bir ülkedeki ekonomik gelişmişlik, etik gelişimi destekleyen başlıca faktörlerden birisidir. Yani gelir düzeyi arttıkça, meslek ilkelerine bağlılıkları artar. (MESEK 10) ifadesine “evet” cevabını verenler, mesleki davranış değişkenini, “bazen” cevabını verenlerden daha fazla; “evet” cevabını verenler yine aynı şekilde mesleki davranış değişkenini, “hayır” cevabını verenlere kıyasla daha fazla önemsemektedirler.

Meslek mensubunun asgari ücret tarifesinin altında, üstünde ücret talep etmesi veya ücretsiz hizmet vermesi normaldir. (MESEK 11) ifadesine “evet” cevabını verenler, mesleki güven değişkenini, “hayır” cevabı verenlere kıyasla daha fazla önemsemektedirler.

Çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Meslek mensuplarının yoğunluğu nedeni ile anketlerin cevaplanması zaman almaktadır. Ayrıca anketleri bir an önce cevaplamak isteyen meslek mensupları soruları rasgele olarak doldurabilmektedir. Bunun önüne geçebilmek zor olsa da veri setini geniş tutmak etkili bir çözüm olabilir.

Gelecek çalışmalarda araştırmacılar, Trakya illerinin tamamını kapsayan bir çalışma yapabilirler. Böylece Anadolu coğrafyasında yapılan çalışmalar ile kıyaslama gerçekleştirilebilir. Bunun yanı sıra, mesleki etik algısı değişkeni ile farklı değişkenler analiz edilebilir. Örneğin, mesleki tükenmişlik değişkeni ile mesleki etik algısı değişkeni arasındaki ilişki incelenebilir.

Kaynakça

- Adekoya, A.C., Oboh, C.S., & Oyewumi, O.R. (2020). Accountants perception of the factors influencing auditors' ethical behaviour in Nigeria. *Heliyon*, 6(6), e04271. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04271>
- Akbaş, Ö. F. & Çırpan, H. (2021). Serbest muhasebeci mali müşavir meslek mensuplarının karmaşık etik problemleri. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 79-91. <https://doi.org/10.29106/fesa.832309>
- Aktaş, K. (2014). Etik-ahlâk ilişkisi ve etiğin gelişim süreci. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 22-32. <https://dergipark.org.tr/en/pub/uysad/issue/37702/164187>
- Ayvaz A. & Geçkil, T. (2018). Muhasebe mesleğinde etik: muhasebe meslek mensuplarının tutumlarını ölçme sorunsalı. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53(1), 17-33. <https://dx.doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.17.12.863>
- Baud, C., Brivot, M & Himick D. (2019). Accounting ethics and the fragmentation of value. *Journal of Business Ethics*, 168, 373–387. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04186-9>
- Bilen, A. & Yılmaz, Y. (2013). Muhasebe mesleğinde etik ve etikle ilgili çalışmalar. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(6), 57-72. <https://dergipark.org.tr/en/pub/duibfd/issue/32252/357907>
- Costa, A.J., Pinheiro, M. M., & Ribeiro, M. S. (2016). Ethical perceptions of accounting students in a Portuguese University: The influence of individual factors and personal traits. *Accounting Education*, 25(4), 327-348. <https://doi.org/10.1080/09639284.2016.1191270>
- Çiçek, H.; Canbaz, S. & Keskin, A. (2013), Muhasebe meslek mensuplarının meslek etiğine bakış açıları: Kırklareli ilinde bir araştırma. *Tekirdağ SMMM Odası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 1-20. <https://hdl.handle.net/20.500.11857/303>
- Çil Koçyiğit, S., Uzuner, M., Salgın, E. & Yüksek, M. (2017). Öğrencilerin muhasebe meslek etiği algısı: Gazi Üniversitesi'nde bir uygulama. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 158-177. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ohuibf/issue/28958/301378>
- D'aquila, J.M. (2001). Financial accountants' perceptions of management's ethical standards. *Journal of Business Ethics*, 31, 233-244. <https://doi.org/10.1023/A:1010707303007>
- Ekergil V. & Onay A. (2018), Muhasebecilerin ve mükelleflerin IESBA'nın etik ilkeleri temelinde muhasebecilerin mesleki davranışlarına bakışı: Eskişehir ilinde bir araştırma. *BMIJ*, 6(2), 622-655. <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i2.260>

- Erol Fidan, M. & Subaşı, Ş. (2014). Muhasebe meslek mensubu adaylarının etik algıları: istanbul ili örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 64, 111-130. <https://doi.org/10.25095/mufad.396493>
- Finn, D.W., Munter, P. & McCaslin, T.E. (1994), Ethical perceptions of CPAs. *Managerial Auditing Journal*, 9(1), 23-28. <https://doi.org/10.1108/02686909410050460>
- George, D. & Mallery, M. (2010). *SPSS for windows step by step: a simple guide and reference*, Pearson.
- Jackling, B., Cooper, B.J., Leung, P., & Dellaportas, S. (2007). Professional accounting bodies' perceptions of ethical issues, causes of ethical failure and ethics education. *Managerial auditing journal*. <http://doi:10.1108/02686900710829426>
- Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (2015). *Bağımsız denetçiler için etik kurallar hakkında tebliğ*. (21.05.2015 tarih ve 29362 sayılı Resmî Gazete). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/05/20150521-10.htm>
- Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim standartları Kurumu (KGK) (2017). *Bağımsız denetçiler için etik kurallar hakkında tebliğ*. (30.10.2017 tarih ve 30256 sayılı Resmî Gazete). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/11/20171130M1-10.htm>
- Kıllı, M., Türkoğlu, H. & Gülmez, C. (2018). Muhasebe meslek mensuplarının etik algısı: Malatya ilinde bir araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 11(1),45-62.
- Maliye Bakanlığı (1992). 1 Sıra No.lu *Muhasebe sistemi uygulama genel tebliği*. (16.12.1992 tarih ve 21447 sayılı Resmi Gazete). https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/21447_1.pdf
- Mbawuni, J. (2015). Examining students' feelings and perceptions of accounting profession in a developing country: The role of gender and student category. *International Education Studies*, 8(6), 9-23. <http://dx.doi.org/10.5539/ies.v8n6p9>
- Mohd Ghazali N.A. & Ismail, S. (2013). Kişisel niteliklerin ve örgütsel etik pozisyonunun muhasebecilerin yargıları üzerindeki etkisi: Malezya senaryosu. *Sosyal Sorumluluk Dergisi*, 9 (2), 281-297. <http://doi:10.1108/SRJ-08-2011-0072>
- Odar, M., Jerman, M., Jamnik, An & Kavčič, S. (2017) Accountants' ethical perceptions from several perspectives: Evidence from Slovenia, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), 1785-1803, <http://doi:10.1080/1331677X.2017.1392885>

- Oraka, A.O. & Okegbe, T.O. (2015). The impact of professional accounting ethics in quality assurance in audit. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(8), 64-78. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v5-i8/1761>
- Özkan, A. & Hacıhasanoğlu, T. (2012). Muhasebe meslek mensuplarının kişilik özellikleri ve etik karar verme davranışları arasındaki ilişkiler. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 37-52. <https://dergipark.org.tr/en/pub/niguiibfd/issue/19751/211394>
- Pehlivan, A. & Koç, T. (2020). Muhasebe meslek mensuplarının etik yaklaşımları ile hileye yönelme eğilimleri arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma: Ankara örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(4), 1067-1088. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.777761>
- Pierce, B. & Sweeney, B. (2010). The relationship between demographic variables and ethical decision making of trainee accountants. *International Journal of Auditing*, 14(1), 79-99. <https://doi.org/10.1111/j.1099-1123.2009.00404.x>
- Sakarya, Ş. & Kara, S., (2010). Türkiye’de muhasebe meslek etiğine yönelik düzenlemeler ve meslek mensupları tarafından algılanması üzerine bir alan araştırması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(18), 57-72. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kmusekad/issue/10218/125606>
- Sayım, F. & Usman, Ö. (2016). Muhasebe meslek mensuplarının etik algısı-Yalova örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICAFR 16 Özel Sayısı, 247-261. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijmeh/issue/54621/745036>
- Sönmez, Y. & Altınışık, F. (2021). Üniversite öğrencilerinin muhasebe meslek mensuplarının mesleki etik ilkelerine uyma düzeylerine yönelik algıları. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 23(Özel Sayı), 81-100. <https://doi.org/10.31460/mbdd.836622>
- Tayyar, N., Akyüz, F., Yeşil, T., Uslu, Y. & Kara, E. (2020). Muhasebe açısından mesleki şüphecilik ve etik kavramları. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 13(2), 215-232. <https://doi.org/10.29067/muvu.638963>
- Temelli, F. & Yurt, R. (2022). Muhasebe meslek mensuplarının muhasebede hata ve hile algısı: Ağrı ili örneği. *Denetim ve Güvence Hizmetleri Dergisi*, 2(2), 135-150. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/audas/issue/72512/1172395>
- Tuğay, O. & Kılıç, M.B. (2017). Muhasebe meslek mensuplarının meslek etiğine yönelik tutum ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 19(3), 760-780. <https://dergipark.org.tr/en/pub/mbdd/issue/31332/320688>
- Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (2023, 20 Ocak). İllere göre esnaf, işyeri, nüfus ve oda bilgileri. <https://www.tesk.org.tr/resimler/sicil/4.pdf>

- Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (2023, 20 Ocak). SM ve SMMM meslek mensubu dağılım tablosu. [https://www.turmobil.org.tr/istatistikler/c8172e63-2bef-4919-a863-86e403bdf0a/meslek-mensubu-dagilim-tablosu-\(sm-smmm\)](https://www.turmobil.org.tr/istatistikler/c8172e63-2bef-4919-a863-86e403bdf0a/meslek-mensubu-dagilim-tablosu-(sm-smmm))
- Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (2001). *Serbest muhasebecilik, serbest muhasebeci mali müşavirlik ve yeminli mali müşavirlik meslek ahlak kuralları ile ilgili mecburi meslek kararı*. (18.10.2001 tarih ve 24557 tarihli Resmi Gazete). https://turmobil.org.tr/Arsiv/FCKEditor/userfiles/file/Yonetmelik_MMKarari_Yasa_10_4_2018/5-Meslek%20Ahlak%20Kur_Mec_Mes_Kar_.pdf
- Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (2007). *Serbest muhasebeci mali müşavirler ve yeminli mali müşavirlerin mesleki faaliyetlerinde uyacakları etik ilkeler hakkında yönetmelik*. (19.10.2007 tarih ve 26675 sayılı Resmî Gazete). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/10/20071019-8.htm>
- Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (2014). *Muhasebe meslek mensuplarının etik eğitimi ve etik sözleşme yapılması hakkında tebliğ*. (27.03.2014 tarih ve 28954 sayılı Resmî Gazete). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/03/20140327-6.htm>
- Vargün, H. & Büyükyılmaz, B. (2019). Muhasebe meslek mensuplarının kişi-iş uyumu ve etik tutum algıları arasındaki ilişki: Zonguldak, Bartın ve Karabük illerinde bir araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 21(4), 1091-1108. <https://doi.org/10.31460/mbdd.574147>
- Venezia, G., Venezia, C.C., & Hung, C.W. (2010). A comparative study of ethical work climates among public and private sector Asian accountants. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 9(4). <https://doi.org/10.19030/iber.v9i4.555>
- Wikipedia (2013, 20 Ocak). Nüfusuna göre Türkiye'nin illeri. https://tr.wikipedia.org/wiki/N%C3%BCfusuna_g%C3%B6re_T%C3%BCrkiye%27nin_illeri
- Yalçın, S. (2011). Muhasebe meslek mensupları ve işletmelerin etik konusunda tutumları: Türkiye araştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (52), 47-66. <https://dergipark.org.tr/en/pub/mufad/issue/35631/396074>
- Yel, T. (2018). Muhasebe meslek mensuplarının meslek etiği hakkındaki görüşlerine ilişkin Bolu'da bir araştırma. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 65-184. <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TWpreE9UTXINZz09>

Yılmaz, E., Yıldırım, S. & Bahar, H. H. (2015). Serbest muhasebeci mali müşavirlerin mesleki etik algısı: Samsun örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (65), 27-42. <https://doi.org/10.25095/mufad.396513>

3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu. (1989). 20194 Sayılı Resmî Gazete). <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/20194.pdf>

